Quién es quién en los precios: marcas "libres" vs. comerciales

REVISTA DEL

CONSUMIDOR

ISSN 0185-8874

Las mejores **pinturas** vinílicas y de esmalte

Aceites comestibles ¿Cuál marca conviene?

Lo que se compra en **tiendas** y en **supermercados**

Junio 1997 · Núm. 244 · México · $ 13.00

TV

Revista del Consumidor

- Canal 22 Martes 00:00 a 00:30
- EDUSAT Martes 7:00 a 7:30
- Canal 4 Miércoles 00:00 a 00:30

- Canal 40 Miércoles 16:00 a 16:30
- Canal 11 Jueves 13:00 a 13:30
- Canal 13 Viernes 00:00 a 00:30

RADIO

Revista del Consumidor

- X.E.V.O.Z./1590 La Bonita
  Grupo ACIR Lunes 5:30 a 5:45
- X.H.M.-F.M./88.9 Azul 89
  ACIR Miércoles 22:30 a 22:45
- X.E.Q./940 La Q Mexicana
  Radiópolis Jueves 21:30 a 21:45

- X.E.Q.-F.M./92.9 K-Buena
  Radiópolis Viernes 21:30 a 21:45
- X.E.A.I./1500 Canal Tropical
  Radio Fórmula Viernes 21:15 a 21:30
- X.E.F.A.J./1560 La Consentida
  O.R.C. Sábado 21:30 a 21:45
- X.E.J.P.-F.M./93.7 Stereo Joya
  O.R.C. Domingo 17:30 a 17:45

Sumario

Junio de 1997 • Núm. 244

Editorial 2
• La decisión del consumidor

PROFECO en acción 3
• Quién es quién en los precios
• NOM-050 y NOM-051

Cómo comprar 15
• Pastas dentales • Medias medicinales

Qué hay detrás de... 20
• Tiendas vs. supermercados

Antes de contratar 22
• Créditos hipotecarios
• La CONAMED: mayor calidad en servicios médicos

Tecnologías domésticas 31
• Cómo elaborar composta
• Cómo congelar fresas

Bajo la lupa 33
• Calidad de aceites comestibles

Reporte especial
Pinturas y esmaltes

Espejo del consumo 41
• Historietas

Productos peligrosos 44
• Productos fraudulentos en EU

Manos a la obra 47
• Cómo reparar el lavabo

¡Sáquele provecho! 49
• Cómo ahorrar agua, luz y gas

Nuestro medio 52
• Día Mundial del Medio Ambiente

Por su salud 54
• ¿Lo consume la artritis?

Los pequeños consumidores 58
• Festeja a tu papá • Sopa de letras
• Los derechos de los niños
• ¿Cuántos colores tiene el blanco?

Buzón del consumidor 63

La decisión del consumidor

Analizar la calidad de los bienes de consumo cotidiano sigue siendo una de nuestras principales líneas editoriales para brindar información que permita al lector elegir aquellas marcas que más se ajusten a sus necesidades.

En esta ocasión damos a conocer los resultados del análisis de uno de los productos de mayor consumo en los hogares, los aceites comestibles, cuya amplia variedad de presentaciones generalmente hace difícil la elección del consumidor.

Podemos ahora informar con satisfacción que estos artículos han elevado ostensiblemente su calidad en términos generales, en comparación con los resultados del estudio que dimos a conocer hace un par de años.

En la investigación que usted encontrará en estas páginas pudimos constatar que 16 de las 24 marcas analizadas obtuvieron la calificación de 100 puntos, pues aprobaron satisfactoriamente todas las pruebas a las que fueron sometidas.

En contraste, en el estudio que también incluimos en este número sobre las pinturas vinílicas y de esmalte encontramos que entre la amplia variedad de marcas y presentaciones existen considerables diferencias de calidad.

Publicamos aquí un resumen de dichos estudios para tratar de facilitar la lectura de los resultados y orientarlo en materia de precios y calidades de estos productos. Cabe destacar que en el caso de las pinturas es indispensable que el consumidor siga con rigor las instrucciones de preparación y aplicación que indica el proveedor en los envases, para así obtener mayor provecho de ellas.

Asimismo nos congratulamos de que algunos fabricantes empiecen a eliminar los solventes de la composición de las pinturas de esmalte para elaborar productos "verdes" que contribuyan a preservar el ambiente. Como sucede con muchas novedades tecnológicas, estos productos todavía no resultan tan económicos, pero estamos seguros de que una vez que se incremente su producción y mercado, resultarán más asequibles para el consumidor.

Con los estudios de calidad buscamos mostrar las características de los distintos productos que se comercializan en el mercado mexicano, pero como siempre, la decisión final sigue siendo del consumidor.

Directorio

Procurador Federal del Consumidor: Fernando Lerdo de Tejada **Coordinadora General de Investigación y Divulgación:** Martha Susana Ruiz

Director Editorial: Oscar Romero Rojas; **Jefe de Redacción:** Guillermo Torales Caballero; **Jefa de Corrección:** Dora Torres Ponce; **Reporteros:** Vanessa Prieto Barrientos, Graciela Muñoz Ariza, Lorena M. Romo Maldonado; **Corrección:** Alejandra Sánchez Plascencia; **Fotografía:** Francisco Alatriste Torres, Edgar Mendoza Serrano; **Directora de Arte y Diseño:** Norma Patiño Domínguez; **Jefa de Diseño Gráfico:** Areli Jiménez Ramírez; **Diseño e ilustración:** Víctor Manuel Gutiérrez García, Pedro Octavio Castellanos Gómez, Mónica Miranda Villalba, Kathia C. Recio, Alfonso J. Solís Loza.

Teléfonos de la revista: 211•90•82 ó 625•67•00 exts. 6930, 6927 ó 6926. Fax: 553•05•74. Envíe su correspondencia a: José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C.P. 06140, Delegación Cuauhtémoc, o al A. P. 20600, México, D. F.

¿Quién es quién en los precios?

En la ciudad de Puebla entre tiendas de autoservicio, departamentales y farmacias

Una de las tareas fundamentales del programa ¿Quién es quién en los precios? es proporcionar información a los consumidores para orientar su elección de compra, por lo que ahora les brindamos a nuestros lectores de la ciudad de Puebla un comparativo de precios de productos alimenticios y de limpieza, medicamentos y electrodomésticos, con datos investigados durante el mes de abril de 1997.

Cuadro 1

Comparativo de precios de productos básicos entre cadenas comerciales en la ciudad de Puebla

(37 productos comparados)	Valor total ($)	Diferencia (%) respecto a la tienda más barata	Precios mínimos
Aurrera	390.38	20.44	1
Bodega Aurrera	376.49	16.16	2
Bodega Com. Mex.	383.42	18.29	0
Bodega Gigante	401.39	23.84	0
Chedraui	378.98	16.93	4
Comercial Mexicana	397.22	22.55	0
Gigante	405.93	25.24	0
ISSSTE	324.12	0.00	23
OXXO	450.93	39.12	0
IMSS	347.73	7.28	7

Fuente: Elaborado con las bases de datos del programa ¿Quién es quién en los precios?, ciudad de Puebla, PROFECO.

· Quién es quién en los precios de productos alimenticios básicos y de limpieza

De este grupo se analizó el costo total de una canasta formada por 37 productos de la misma marca y presentación, los cuales son distribuidos en las principales cadenas comerciales seleccionadas.

Se encontró que el costo total de la canasta puede fluctuar entre $ 324.12 en las tiendas del ISSSTE y $ 450.93 en OXXO, es decir, existe una diferencia de 39.12 por ciento (véase Cuadro 1).

La segunda mejor opción de compra fueron las tiendas IMSS, donde el grupo de productos tiene un costo de $ 347.73, seguida por la cadena de establecimientos Bodega Aurrera con $ 376.49 y Chedraui con $ 378.98. En contraparte, después de OXXO, Gigante fue la segunda tienda más cara, pues el costo total de los productos fue de $ 405.93, y la tercera Bodega Gigante con un costo total de $ 401.39.

También se encontró que el mayor número de precios mínimos correspondió al ISSSTE (23), seguido por el IMSS (7), Chedraui (4), Bodega Aurrera (2) y Aurrera (1); el resto de las tiendas no presentó ninguno.

Cuadro 2

Comparativo de precios de medicamentos entre cadenas comerciales

	Valor total ($)	Diferencia (%) respecto a la tienda más barata	Precios mínimos
Bodega Aurrera	1,169.21	46.79	0
Bodega Gigante	1,179.75	48.11	0
Centro Farmacéutico Claudia	1,172.80	47.24	0
Chedraui	904.77	13.59	1
Comercial Mexicana	1,170.61	46.96	0
El Fénix	1,104.45	38.66	0
Farmacia Sánchez	1,218.32	52.95	0
Farmacia Universitaria Alexander	851.33	6.88	12
Woolworth	1,127.60	41.56	0
Gigante	1,159.50	45.57	0
ISSSTE	796.55	0.00	17

Fuente: Elaborado con las bases de datos del programa ¿Quién es quién en los precios?, ciudad de Puebla, PROFECO.

· Quién es quién en los precios de medicamentos

En este caso se consideraron los precios promedio de 30 productos iguales en marca y presentación, comercializados en 11 cadenas de tiendas de autoservicio y farmacias.

Los resultados mostraron que las farmacias del ISSSTE ofrecieron el mejor nivel de precios: el resto de las tiendas estuvieron por arriba de este establecimiento entre el 6.88 por ciento (Farmacias Universitaria Alexander) y 52.95 por ciento (Farmacias Sánchez).

La mayor cantidad de precios mínimos también se encontró en las farmacias del ISSSTE (17); enseguida se colocaron las Farmacias Universitaria Alexander (12) y Chedraui (1), mientras que en las restantes cadenas no ofrecieron ningún precio mínimo (véase Cuadro 2).

Cuadro 3

Mejores opciones de precio en aparatos electrodomésticos y de línea blanca en cadenas comerciales

	1ª Opción	2ª Opción	Precio máximo observado
Precios en pesos por Cadena Comercial			
Artículo	Comercial Mexicana	Gigante	Chedraui
Televisor Sony, KV2190, 21 pulgadas	2,699.00	3,119.00	3,799.00
diferencia en pesos		420.00	1,100.00
Artículo	Mexhogar	Comercial Mexicana	Comercial Las Galas
Refrigerador Whirlpool, WRT-12N, 329.6 dm3, 2-P	4,134.25	4,199.00	5,199.00
diferencia en pesos		64.75	1,064.75
Artículo	Comercial Mexicana	Bodega Comercial Mexicana	Bodega Gigante
Estufa Singer, 7772	949.00	969.00	1,383.33
diferencia en pesos		20.00	434.33
Artículo	Bodega Aurrera	ISSSTE	Bodega Gigante
Olla de presión Ekco de Luxe, 6076, 6 lts.	229.23	253.75	449.00
diferencia en pesos		24.52	219.77
Artículo	Bodega Gigante	Chedraui	Sears
Licuadora Osterizer, 450-20, 2 vel.	249.00	279.00	399.00
diferencia en pesos		30.00	150.00

Fuente: Elaborado con las bases de datos del programa ¿Quién es quién en los precios?, ciudad de Puebla, PROFECO.

Cuadro 4 Canasta seleccionada

Producto	Unidad	Presentación
Aceite (maíz, girasol y mixto)	1 lt.	Botella
Arroz	1 kg	Bolsa
Atún	174 g	Lata
Azúcar	2 kg	Bolsa
Blanqueadores	1 lt.	Botella
Limpiadores de piso	1 lt.	Botella
Café soluble	200 g	Frasco
Café tostado	500 g	Bolsa
Carne de res (bistec, retazo e hígado)	1 kg	A granel
Detergentes	1 kg	Bolsa
Frijol	1 kg	Bolsa
Jabón de baño	150 g	Pastilla
Jabón de lavandería	400 g	Pastilla
Leche (pasteurizada y ultra)	1 lt.	Tetra pak y tetra brik
Pan de caja	grande	Bolsa
Papel higiénico	4 rollos	Paquete
Pastas para sopa	200 g	Bolsa
Pollo (pierna y pechuga)	1 kg	A granel
Refrescos envasados	1.5 lt.	Botella
Servilletas de papel	250 unidades	Paquete

· Mejores precios en aparatos electrodomésticos

En este apartado sólo presentaremos las mejores opciones de compra registradas en algunos productos durante el mes de abril de este año; le recordamos que al consultar el teléfono del consumidor (46-13-00 en la ciudad de Puebla) usted obtendrá una gran cantidad de opciones entre las que podrá elegir la mejor.

Una consulta previa puede representar un ahorro incluso de miles de pesos; por ejemplo, si usted compra un televisor Sony en Chedraui pagará $ 3,799, mientras que en Comercial Mexicana lo encontrará a un precio de $2,699, por lo que usted puede ahorrar hasta $ 1,100 al elegir la segunda opción (véase Cuadro 3).

Comparativo de precios entre ciudades

Asimismo se realizó un comparativo de precios entre las ciudades de Puebla, Guadalajara, Monterrey, Morelia y Área Metropolitana de la ciudad de México para conocer el nivel de precios de una canasta de productos básicos. La canasta se conformó con 20 artículos que tienen una gran participación en el gasto familiar, tomándose las presentaciones y las marcas de mayor consumo por tipo de producto; para hacerlos equiparables se homogeneizó la unidad de medida de las diferentes presentaciones (Cuadro 4).

Cuadro 5 Precio promedio por artículo y ciudad

Producto	Cd. de México	Morelia	Guadalajara	Monterrey	Puebla
Aceite	11.53	11.33	11.69	11.81	11.38
Arroz	6.60	6.51	6.74	6.61	6.54
Atún en aceite	5.31	5.30	5.36	5.49	5.31
Azúcar	10.33	10.08	9.93	10.54	10.38
Blanqueador	4.59	4.87	4.91	4.55	4.64
Limpiador de pisos	10.53	10.34	10.61	10.65	10.40
Café soluble	26.23	24.72	25.96	26.41	26.45
Café tostado	28.11	27.08	29.33	28.85	26.58
Carne de res	21.23	21.15	20.26	18.20	20.85
Detergente	9.13	9.11	9.11	9.36	9.06
Frijol	8.76	8.53	8.75	7.87	8.83
Jabón de baño	3.11	3.04	3.13	3.12	3.14
Jabón de lavandería	4.09	3.88	4.09	4.13	3.99
Leche	4.35	4.93	4.70	4.74	4.39
Pan de caja	6.54	6.74	6.61	6.67	6.45
Papel higiénico	5.28	5.12	5.34	5.46	5.33
Pasta para sopa	1.80	1.75	1.78	1.79	1.79
Pollo	20.35	20.48	21.04	20.55	19.56
Refrescos	4.81	5.00	4.58	6.98	5.75
Servilletas de papel	5.36	5.59	5.37	5.52	5.33
Costo total	198.03	195.55	199.25	199.27	196.12
Diferencia % respecto a la ciudad más barata	1.27	0.00	1.89	1.90	0.29
Precios mínimos	1	9	2	3	5

Fuente: Programa ¿Quién es quién en los precios?, DGAPC, PROFECO.

Los resultados fueron los siguientes:

· En la ciudad de Morelia se registró el costo total promedio más bajo, $ 195.55, seguido por Puebla con $ 196.12; en contraparte, el precio más alto, $ 199.27, correspondió a Monterrey, lo que nos marca una diferencia de 1.9 por ciento.

· Morelia y Puebla presentaron el mayor número de precios promedio más bajos (9 y 5 respectivamente), mientras que Monterrey tuvo 3, Guadalajara 2 y la ciudad de México solamente 1 (Cuadro 5).

Si bien la diferencia total de precios entre la ciudad más cara y la más barata no fue muy alta (1.90 %), sí lo es en algunos productos (Cuadro 5), por ejemplo:

· Los refrescos registraron un precio promedio de $ 6.98 en Monterrey, contra $ 4.58 en Guadalajara, es decir, una diferencia de 52.40 por ciento.

· En la carne de res hubo una diferencia de 16.66 por ciento entre el mejor precio promedio en Monterrey ($ 18.20) y el más caro en la ciudad de México ($ 21.23).

· Por el contrario, los productos que registraron precios promedio con menor diferencia entre la ciudad con nivel de precios más bajo y más alto fueron: limpiador de pisos (3.00 %), pasta para sopa (3.24 %), detergente (3.36 %), jabón de baño (3.40 %), arroz (3.53 %) y atún en aceite (3.59 %).

Los resultados vuelven a mostrar que los precios de los diferentes productos básicos que se comercializan en las ciudades consideradas tienen una gran homogeneidad.

Recuerde que en cada una de estas ciudades, así como en Toluca y en Tijuana, usted cuenta con el teléfono del consumidor para solicitar información sobre los precios de los principales productos de consumo, consúltenos.

Marcas institucionales: una alternativa de ahorro

En octubre de 1996 se publicó en esta sección un comparativo de productos de marca institucional (o exclusivos del grupo comercial) con respecto a otras marcas [1/]. Con la finalidad de que usted considere esta opción a la hora de realizar sus compras, nuevamente los confrontamos para brindarle una alternativa de ahorro.

Aunque aquí le presentamos un análisis comparativo de precios, es preciso señalar que, con base en los estudios de calidad que se realizan a diversos bienes en el Laboratorio de PROFECO, encontramos que la calidad de algunos de los productos de marca institucional es similar a la de artículos de otras marcas.

Este análisis se efectuó con datos investigados por el programa **¿Quién es quién en los precios?** en las tiendas **Aurrera**, **Comercial Mexicana** y **Gigante** de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, durante el periodo comprendido entre el 28 de abril y el 6 de mayo de 1997.

Le recordamos que usted identificará los productos de **Aurrera** como «**Marca Libre**», los de **Comercial Mexicana** como «**Marca Propia**» y los de **Gigante** como «**Selección G**».

Quién ofrece los mejores precios de marca institucional

Se compararon 12 productos de consumo básico que se comercializan en las tres cadenas; los resultados mostraron que, en conjunto, los precios más bajos son los de «**Marca Libre**», en tanto que los productos de «**Selección G**» y «**Marca Propia**» fueron 2.52 y 7.12 por ciento más caros, respectivamente (Cuadro 1).

Aunque las diferencias de precios entre productos no son muy elevadas, le recomendamos que compare, ya que incluso entre marcas institucionales se pueden obtener los beneficios del ahorro (Cuadro 1).

1/ *Marca institucional* denominada así por PROFECO en el programa «Quién es quién en los precios».
Otras marcas son las asignadas a los productos distribuidos por proveedores externos a la cadena de tiendas.

Cuadro 1

Comparativo de productos de marca institucional entre grupos comerciales

Artículo	Grupo Aurrera (Marca Libre)	Grupo Gigante (Selección G)	Grupo C. Mexicana (Marca Propia)
Aceite de girasol, botella 1 lt.	7.49	8.11	7.47
Aceite de maíz, botella 1 lt.	7.99	8.43	8.16
Arroz, bolsa 1 kg	5.58	6.31	6.70
Atún en aceite, lata 174 g	4.66	4.63	4.95
Chocolate en polvo, bolsa 400 g	4.56	5.75	5.62
Pasta para sopa, paq. 200 g (incluye pasta larga)	1.44	1.48	1.48
Blanqueador, botella 1 lt.	3.75	3.63	3.65
Limpiador líquido p/piso, botella 1 lt.	7.93	7.30	7.73
Papel higiénico, paq. 4 rollos	4.28	4.85	5.39
Papel higiénico, paq. 6 rollos	6.38	6.95	7.98
Servilletas de papel blanco, paq. 250 hojas	4.88	4.95	5.23
Suavizante p/ropa, botella 1 lt.	10.61	8.89	10.13
Costo de los productos	69.54	71.29	74.49
Grupo más barato = 100	100.00	102.52	107.12

Fuente: Elaborado con las bases de datos del programa ¿Quién es quién en los precios?, PROFECO.

Comparativo de precios entre productos institucionales y de otras marcas

Es usual que los productos de marca institucional sean más baratos que los de otras marcas, por lo que a continuación se analizarán estas diferencias al interior de cada grupo comercial.

• Grupo Aurrera

En este grupo se compararon 17 productos. La diferencia más significativa se observó en los pañales desechables «**Marca Libre**», paquete con 18 piezas, Cambio 4, en los que el consumidor puede ahorrar desde $ 10.99 hasta $ 12.65 con respecto a la marca **Kleen Bebé Huggies**, bolsa con 16 piezas, Etapa 4, que tuvo un costo máximo de $ 39.52. Por el contrario, el blanqueador **El Chinito**, botella de un litro, resultó más barato que su similar de «**Marca Libre**» en **Bodega Aurrera** y en **Aurrera** (Cuadro 2).

• Grupo Comercial Mexicana

Aquí también se compararon 17 productos. Destaca la diferencia entre el precio del chocolate en polvo (400 g) «**Marca Propia**» y **Choco Milk**, en la misma presentación, en la cual puede encontrar un ahorro que va de los $ 6.95 a los $ 8.15. Uno de los casos en que los productos de marca comercial son más baratos que los institucionales fue el del papel higiénico **Suavel**, paquete con seis rollos, que tuvo un costo menor en las tres cadenas de este grupo con respecto al de presentación similar de «**Marca Propia**» (Cuadro 3).

• Grupo Gigante

En este caso hubo 14 productos comparados; cabe mencionar el ahorro que representa comprar un aceite de maíz en botella de un litro «**Selección G**», que asciende hasta $ 6.00, pues el aceite **Mazola** de la misma presentación tuvo un precio de $ 14.50. En este grupo de tiendas, el precio del papel higiénico, paquete con cuatro rollos, **Lys** resultó más barato que el de su similar correspondiente a «**Selección G**» (Cuadro 4).

Finalmente le comentamos que de los tres grupos de tiendas considerados, **Gigante** presentó el mayor número de casos en que el precio del artículo de marca institucional estuvo por arriba del precio de las otras marcas.

Es importante mencionar que, como consumidor, determine sus decisiones de compra en los gustos y preferencias que la experiencia le ha otorgado.

Para obtener información adicional puede comunicarse a los teléfonos del consumidor: 568-87-22 ó 211-64-14, donde con gusto le atenderán.

Cuadro 2
Comparativo de precios dentro del grupo Aurrera entre productos institucionales y de marca

Articulo institucional(Marca Libre)	B. Aurrera	Aurrera	Superama	Articulo de marca	B. Aurrera	Aurrera	Superama	Diferencia en pesos (marca - institucional) B. Aurrera	Aurrera	Superama
Aceite de girasol, botella 1 lt.	7.38	7.54	7.55	1-2-3	7.95	8.3	8.34	0.57	0.76	0.79
Aceite de maíz, botella 1 lt.	7.9	8.03	8.03	La Gloria	13.55	14	14.06	5.65	5.97	6.03
				Mazola	14.4	15.2	14.49	6.5	7.17	6.46
Arroz, bolsa 1 kg	5.88	5.27	5.6	Mexica	6.08	6.26	6.2	0.2	0.99	0.6
				Morelos	6.53	6.7	6.57	0.65	1.43	0.97
				Verde Valle	6.65	7.47	7.12	0.77	2.2	1.52
Atún en aceite, lata 174 g	4.55	4.7	4.72	Calmex	5.18	5.29	5.3	0.63	0.59	0.58
				Dolores	4.9	5.1	5.14	0.35	0.4	0.42
				Herdez	4.83	5.1	5.06	0.28	0.4	0.34
Chocolate en polvo, bolsa 400 g	4.5	4.56	4.62	Choco Choco	5.52	6.23	6.9	1.02	1.67	2.28
				Choco Milk	11.25	13	13.02	6.75	8.44	8.4
Manteca vegetal, paq. 1 kg	8.26	8.6	8.46	Inca	11.24	12.08	11.4	2.98	3.48	2.94
Pasta para sopa, paq. 200g (pasta larga)	1.4	1.45	1.46	La Moderna	1.79	1.9	1.95	0.39	0.45	0.49
				Rex	1.86	1.95	2.01	0.46	0.5	0.55
				Vesta Tres Estrellas	1.57	1.72	1.97	0.17	0.27	0.51
				Yemina	2.01	1.9	2.19	0.61	0.45	0.73
Pure de tomate, lata 800 g	5.4	5.88	5.9	La Costeña	7.41	7.31	8.21	2.01	1.43	2.31
Blanqueador, botella 1 lt.				Cloralex, botella 950 ml	4.3	5.22	4.31	0.62	1.44	0.52
				Clorox, botella 930 ml	3.95	3.85	4.49	0.27	0.07	0.7
				El Chinito	3.53	3.19	4.01	-0.15	-0.59	0.22
Detergente p/trastes, 1kg (polvo)	7.12	7.22	7.23	Axion Limon	8.36	9.29	9.48	1.24	2.07	2.25
Limpiador liquido p/piso, 1 lt.				Ajax Amonia	10.67	11.35	11.38	3.42	3.31	2.87
				Maestro Limpio	10.45	12.4	12.23	3.2	4.36	3.72
				Pinol	9.02	10.71	8.98	1.77	2.67	0.47
Papel higiénico, paq. 4 rollos	4.03	4.1	4.71	Kleenex Cottonelle	6.58	6.45	6.96	2.55	2.35	2.25
				Pétalo Clásico	5.95	6.23	6.18	1.92	2.13	1.47
				Vogue	4.15	4.4	4.47	0.12	0.3	-0.24
Papel higiénico, paq. 6 rollos	5.84	6.28	7.01	Pétalo Clásico	8.36	8.5	9.02	2.52	2.22	2.01
				Regio El Pachoncito	7.9	8.5	9.15	2.06	2.22	2.14
				Suavel	6.03	6.5	6.95	0.19	0.22	-0.06
Pañales desechables, 18 pzas. Cambio 4	26.15	26.15	27.48	Chicolastic Ultra Sek, C. 4, p. 16	34.9	33.58	36.28	8.75	7.43	8.8
				Kleen Bebé Hi-Sec Plus, E. 4, p. 16	35.34	36.64	37.6	9.19	10.49	10.12
				Kleen Bebé Huggies, 16 U.C, E. 4	37.14	38.8	39.52	10.99	12.65	12.04
Servilletas de papel blco. paq. 250 hojas	4.6	4.79	5.24	Lys	4.75	5.03	5.11	0.15	0.24	-0.13
				Pétalo	5.4	5.7	5.9	0.8	0.91	0.66
				Regio	5.4	5.84	5.9	0.8	1.05	0.66
Suavizante p/ropa, botella 1 lt.	10.24	10.9	10.68	Suavitel, botella azul	11.18	13.13	13.02	0.94	2.23	2.34
				Vel Rosita	12.67	14.5	14.56	2.43	3.6	3.88
Toallas sanitarias, regular, bolsa 20 pzas.	5.5	5.5	6.02	Always Malla Sec Regular, bolsa 20 pzas.	16.81	17.2	17.24	11.31	11.7	11.22

Fuente: Elaborado con las bases de datos del programa ¿Quién es quién en los precios?, PROFECO.

Cuadro 3
Comparativo de precios dentro del grupo C. Mexicana entre productos institucionales y de marca

								Diferencia en pesos (marca - institucional)		
Artículo institucional (Marca Propia)	Bod.Com.Me	Com. Mex.	Sumesa	Artículo de marca	Bod.Com.M	Com. Mex.	Sumesa	Bod. Com. Me	Com. Mex.	Sumesa
Aceite de girasol, botella 1 lt.	7.45	7.51	7.45	1-2-3	8.3	8.49	8.80	0.85	0.98	1.35
Aceite de maíz, botella 1 lt.	8.15	8.13	8.20	Canola	10.35	10.71	10.90	2.20	2.58	2.70
				La Gloria	13.25	13.59	13.75	5.10	5.46	5.55
Arroz, bolsa 1 kg	6.70	6.70	6.70	Morelos	5.95	6.21	6.25	-0.75	-0.49	-0.45
Atún en aceite, lata 174 g	4.75	4.90	5.20	Calmex	5.4	5.55	5.90	0.65	0.65	0.70
				Dolores	5.63	5.72	5.75	0.88	0.82	0.55
Café soluble, fco. 200 g	16.60	18.29	18.50	Centenario Oro	21.9	22.64	22.90	5.3 0	4.35	4.40
	16.60	18.29	18.50	Internacional Selecto	20.25	20.44	20.19	3.65	2.15	1.69
				Nescafé Clásico	26.95	27.18	28.88	10 35	8.89	10.38
				Nescafé Dolca	24.95	25.93	26.95	8.35	7.64	8.45
Chocolate en polvo, bolsa 400 g	5.50	5.66	5.70	Choco Choco	6.17	6.8	6.67	0.67	1.14	0.97
				Choco Milk	12.45	13.74	13.85	6.95	8.10	8.15
Pasta para sopa, paq. 200 g (pasta larga)	1.40	1.44	1.60	La Moderna	1.8	1.89	1.90	0.40	0.45	0.30
				Rex	1.9	1.96	2.10	0.50	0.52	0.50
				Vesta Tres Estrellas	1.71	1.79	1.80	0.31	0.35	0.20
Puré de tomate, lata 300 g	5.80	5.88	5.90	La Costeña	7.6	8.38	7.61	1.80	2.50	1.71
Blanqueador, botella 1 lt.	3.65	3.65	3.65	Cloralex, botella 950 ml	4.55	4.7	5.09	0.90	1.05	1.44
				Clorox, botella 930 ml	4.08	4.2	4.35	0.43	0.55	0.70
				El Chinito	4.15	4.25	4.40	0.50	0.60	0.75
Detergente pitrustes, 1 kg (polvo)	7.10	7.49	7.41	Axion Limon	8.15	8.27	9.22	1.05	0.78	1.81
Limpiador líquido p/piso, botella 1 lt.	7.70	7.74	7.75	Ajax Amonia	10.55	11.35	11.60	2.85	3.61	3.85
				Maestro Limpio	10.35	10.38	11.30	2.65	2.64	3.55
				Pino Klin	8	8.11	8.12	0.30	0.37	0.37
				Pinol	9.28	9.39	9.60	1.58	1.65	1.85
Papel higiénico, paq. 4 rollos	5.30	5.39	5.47	Kleenex Cottonelle	6.35	6.94	7.1	1.25	1.55	1.63
				Petalo Clásico	5.95	6.2	6.31	0.65	0.81	0.84
				Regio El Pachoncito	5.95	6.15	6.75	0.65	0.76	1.28
Papel higiénico, paq. 6 rollos	7.80	8.04	8.10	Petalo Clásico	8.55	8.88	8.79	0.75	0.84	0.69
				Regio El Pachoncito	8.55	8.95	9.35	0.75	0.91	1.25
				Suavel	6.55	6.75	6.95	-1.25	-1.29	-1.15
Pañales desechables, paq. 18 pzas., Etapa 4	27 68	27.5	27.95	Chicolastic Ultra Sek. C. 4. 16p	33.79	34.09	34.70	6.11	6.59	6.75
				Kleen Bebé Hi-Sec Plus E. 4, 16 p.	37.15	37.65	38.95	9.47	10.15	11
				Kleen Bebé Huggies 16, U.C. Et.4	40 35	41.43	42.83	12.67	13.93	14.88
Servilletas de papel blanco, paq. 250 hojas	5.20	5.24	5.25	Lys	5.15	5.26	5.30	-0.05	0.02	0.05
				Petalo	5.65	5.71	5.85	0.45	0.47	0.60
				Regio	5.65	5.75	5.85	0.45	0.51	0.60
Suavizante p/ropa, botella 1 lt.	9.60	9.8	11.00	Suavitel, botella azul	11.5	11.5	12.81	1.90	1.70	1.81
				Vel Rosita	13.1	13.66	14.16	3.50	3.86	3.16
Toallas sanitarias, regular, bolsa 20 pzas	6.89	6.84	6.80	Always Malla Sec	16.93	17.15	17.95	10.04	10.31	11.15

Fuente: Elaborado con las bases de datos del programa ¿Quién es quién en los precios?, PROFECO.

Cuadro 4
Comparativo de precios dentro del grupo Gigante entre productos institucionales y de marca

Artículo institucional (Selección G)	B. Gig.	Gigante	Super G	Artículo de marca	B. Gig.	Gigante	Super G	Diferencia en pesos (marca - institucional) B. Gig.	Gigante	Super G
Aceite de girasol, botella 1 lt.	8.10	8.08	8.15	1-2-3	8.02	8.23	8.25	-0.08	0.15	0.10
Aceite de maíz, botella 1 lt.	8.41	8.37	8.50	La Gloria	13.85	13.57	13.85	5.44	5.20	5.35
				Mazola	14.41	14.40	14.50	6.00	6.03	6.00
Arroz, bolsa 1 kg	6.43	6.47	6.03	Mexica	6.55	6.51	6.55	0.12	0.04	0.52
				Morelos	6.03	6.94	7.05	-0.40	0.47	1.02
				Verde Valle	7.75	7.19	7.53	1.32	0.72	1.50
Atún en aceite, lata 174 g	4.65	4.60	4.65	Calmex	5.23	5.27	5.25	0.58	0.67	0.60
				Dolores	5.20	5.30	5.35	0.55	0.70	0.70
				Herdez	5.15	5.10	5.10	0.50	0.50	0.45
Café soluble, fco. 200 g	16.50	20.95	17.50	Nescafé Clásico	28.15	28.19	28.70	11.65	7.24	11.20
				Nescafé Dolca	26.00	25.52	24.08	9.50	4.57	6.58
Chocolate en polvo, bolsa 400g	5.75	5.75	5.75	Choco Choco	6.10	6.85	6.85	0.35	1.10	1.10
				Choco Milk	11.30	12.94	13.15	5.55	7.19	7.40
Manteca vegetal, paq. 1 kg	9.25	9.18	9.30	Inca	11.82	10.51	10.65	2.57	1.33	1.35
Pasta para sopa, paq. 200 g (pasta larga)	1.45	1.49	1.50	La Moderna	1.90	1.89	1.90	0.45	0.40	0.40
				Rex	1.90	1.90	1.90	0.45	0.41	0.40
				Vesta Tres Estrellas	1.85	1.77	1.85	0.40	0.28	0.35
				Yemina	2.15	2.13	2.25	0.70	0.64	0.75
Blanqueador, botella 1 lt.	3.60	3.65	3.65	Cloralex, botella 950 ml	4.54	4.80	4.80	3.09	3.31	3.30
				Clorox, botella 930 ml	5.40	5.29	4.39	1.80	1.64	0.74
Limpiador líquido p/piso, botella 1 lt.	6.75	6.80	8.35	Ajax Amonia	10.80	11.47	11.75	4.05	4.67	3.40
				Maestro Limpio	11.49	11.98	12.00	4.74	5.18	3.65
				Pinol	9.10	9.90	9.90	2.35	3.10	1.55
Papel higiénico, paq. 4 rollos	4.85	4.85	4.85	Kleenex Cottonelle	6.90	7.00	7.00	2.05	2.15	2.15
				Lys	3.60	3.88	3.65	-1.25	-0.97	-1.20
				Pétalo Clásico	5.89	6.12	6.35	1.04	1.27	1.50
				Vogue	4.32	4.41	4.95	-0.53	-0.44	0.10
Papel higiénico, paq. 6 rollos	6.95	6.95	6.95	Pétalo Clásico	8.44	8.91	9.20	1.49	1.96	2.25
				Regio El Pachoncito	8.33	8.94	9.20	1.38	1.99	2.25
Servilletas de papel blanco, paq. 250 hojas	4.95	4.95	4.95	Lys	5.00	5.15	5.20	0.05	0.20	0.25
				Pétalo	5.75	5.95	5.36	0.80	1.00	0.41
				Regio	5.75	5.95	5.36	0.80	1.00	0.41
Suavizante p/ropa, botella 1 lt.	8.90	8.83	8.95	Suavitel, botella azul	11.62	12.00	11.60	2.72	3.17	2.65
				Vel Rosita	13.20	14.01	14.05	4.30	5.18	5.10

Fuente: Elaborado con las bases de datos del programa ¿Quién es quién en los precios?, PROFECO.

No leer la etiqueta sale más caro

Nuevas normas de etiquetado en beneficio del consumidor

Como una responsabilidad del Gobierno Federal para garantizar que los productos de fabricación nacional o extranjera, que se comercializan en territorio nacional, cuenten con la información comercial necesaria en español para que los consumidores puedan tener los elementos que favorezcan su decisión de compra, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial emitió dos normas oficiales:

1. La Norma Oficial Mexicana 050, que se refiere a la información comercial que deben tener las etiquetas de los productos en general; y
2. La Norma Oficial Mexicana 051, que establece las especificaciones de etiquetado para los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasadas.

¿Eres un consumidor bien informado?

Con el propósito de orientar mejor tus compras, queremos informarte que a partir del 1° de julio de 1997, todos los productos deberán contener etiquetas con información comercial en español, presentada de manera clara, oportuna y veraz, acerca de la naturaleza del artículo que vas a adquirir. Todo esto con la finalidad de que puedas tomar tu decisión de compra con una mayor cantidad de elementos.

De la misma manera, a partir del 1° de noviembre de 1997, todos los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasadas deberán estar etiquetados con información comercial específica en español, que te ayude a realizar una mejor selección de los productos que requieres para tu consumo de alimentos.

¿Qué información deben incluir las etiquetas de los productos en general?

Los **requisitos mínimos de información comercial** que deben tener las etiquetas, de acuerdo con la NOM-050, son los siguientes:

- El nombre o denominación genérica del producto, cuando éste no pueda identificarse a simple vista. *Ejemplos de nombres o denominaciones: «Suavizante de telas», «Vasos de vidrio», etcétera.*

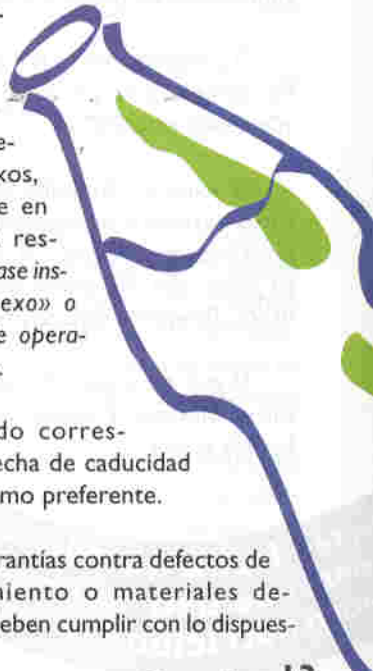
- La indicación de cantidad. *Por ejemplo, si el producto es aceite lubricante: «Contenido neto 350 ml».*

- El nombre o razón social y domicilio fiscal del productor nacional o importador. *Por ejemplo: «Cardimex, S. A. de C. V., Avenida H. Congreso de la Unión núm. 5840, colonia Aragón Inguarán, Delegación Gustavo A. Madero, C. P. 07820, México, D. F.».*

- El país de origen del producto. *Por ejemplo: «Hecho en Japón», «Fabricado en México», u otra leyenda similar.*

- Las advertencias de riesgo potencial por medio de leyendas o símbolos precautorios cuando se trate de productos peligrosos. *Por ejemplo: «Producto tóxico. No se deje al alcance de los niños».*

- Cuando el uso, manejo o conservación del producto requiera de instrucciones, esa información debe presentarse en un instructivo o manual de operación anexos, anotándose en la etiqueta respectiva *«Véase instructivo anexo» o «Manual de operación anexo».*



- Cuando corresponda, la fecha de caducidad o de consumo preferente.

- Las garantías contra defectos de funcionamiento o materiales defectuosos deben cumplir con lo dispues-

to en la norma y en la Ley Federal de Protección al Consumidor y son voluntarias.

Los instructivos y manuales de operación deben contener los siguientes datos:

1. El nombre o razón social del fabricante nacional o importador, así como el domicilio fiscal y teléfono de los centros de servicio en el territorio nacional.

2. La identificación clara y precisa del producto al que corresponde el manual de operación o instructivo.

3. Precauciones para el usuario o consumidor, en caso de ser necesario.

4. Cuando proceda, las indicaciones para la instalación, conexión, ensamble o mantenimiento del producto.

¿Qué información deberán presentar las etiquetas de los alimentos y bebidas no alcohólicas?

Los **requisitos obligatorios** de información, de acuerdo con la NOM-051, para este tipo de productos son:

- Nombre o denominación genérica del alimento o bebida no alcohólica. *Por ejemplo: «Mantequilla», «Harina de trigo», etcétera.*

- La lista de ingredientes, que deben enumerarse en orden decreciente.

- El contenido neto y la masa drenada. *Por ejemplo, para un queso manchego: «Contenido neto 500 g».*

- El nombre y domicilio fiscal del productor nacional o del importador. *Por ejemplo: «Chocolates Imperial, S.A. de C.V., Avenida Jalisco núm. 50, colonia Moderna, C. P. 06600, Delegación Tláhuac, México, D. F.».*

- El país de origen. *Por ejemplo: «Hecho en México», «Producto danés», u otra leyenda similar.*

- El número de lote al que pertenece el producto, por medio de una indicación en clave, de acuerdo con las disposiciones oficiales aplicables que en su caso existan. *Por ejemplo: «Lote núm. K2385-96».*

- La fecha de caducidad cuando esté sujeto a una disposición oficial en ese sentido y, dependiendo del caso, las condiciones especiales que se requieran para la conservación del alimento. *Por ejemplo: «Fecha de caducidad: 30 de junio de 1997», «Consérvese en refrigeración», u otras similares.*

- Las leyendas precautorias que hacen referencia a un ingrediente del producto que se asocie con riesgos reales o potenciales, relacionados con la intolerancia digestiva, alergias, enfermedades metabólicas o toxicidad.

Información nutrimental. Sólo es obligatoria cuando en la etiqueta del producto se haga una declaración cualitativa o cuantitativa de alguna propiedad nutrimental. Por ejemplo, si un producto presenta leyendas como «Bajo en colesterol» o «Enriquecido con vitamina A» deberá incorporar la información nutrimental que menciona la norma en su punto 4.2.8.2.1.

Los **requisitos opcionales de información** para este tipo de productos son:

- Fecha de consumo preferente. *Por ejemplo: «Consúmase preferentemente antes del 04/09/97».*

- Cualquier otra información nutrimental complementaria distinta a la señalada en el apartado 4.2.8 de la norma (Requiere análisis y discusión).

- Instrucciones de uso o preparación. Esta información es oportuna para productos que pueden prepararse de diferentes maneras. *Por ejemplo, las instrucciones de preparación de las gelatinas.*

- Información adicional relativa a que el envase no afecta al ambiente, procurando que no sea información falsa o equivocada para el consumidor.

¿Qué productos no se incluyen en estas Normas?

- Los productos que se venden a granel.

- Los animales vivos.

- Los libros, revistas, fascículos y publicaciones periódicas en cualquier presentación, incluyendo de manera enunciativa y no limitativa discos magnéticos y compactos, cintas y artículos análogos.

- Los artículos reconstruidos, usados o de segunda mano.

- Los cueros y pieles curtidas, así como el calzado.

- Los artículos de oro, plata, platino o paladio.

- Productos que se rigen por otra reglamentación vigente, como es el caso de: prendas de vestir y sus accesorios, ropa de casa, textiles, las especies de pescado atún y bonito, cueros y pieles curtidas, calzado, artículos de oro, plata o platino, productos eléctricos, electrónicos y electrodomésticos, bebidas alcohólicas, juguetes, artículos de belleza y cosméticos, y medicamentos.

Si lo que busca son pastas dentales...

Antecedentes del uso de la pasta dental

Probablemente fueron los sumerios (3000 años a. de C.) quienes iniciaron las prácticas de limpieza dental con palillos de oro, tabletas de arcilla y hierbas aromáticas.

Por otro lado se sabe que desde el año 2500 antes de nuestra era, en la cultura china se empleó el primer cepillo dental, con forma de palillo, cuya función era limpiar los dientes y dar masaje a las encías; los chinos usaron también agentes químicos para mejorar el aseo bucal.

En México, nuestras abuelas idearon una ingeniosa forma de blanquear los dientes: acostumbraban lavárselos con polvo de tortilla quemada, sin embargo, aunque este recurso resulta efectivo, no se recomienda, ya que el calcio que contiene la tortilla es abrasivo y daña el esmalte de los dientes.

Una sonrisa es sin duda la mejor carta de presentación, pues expresa alegría y buen humor. Sin embargo, estará de acuerdo en que para lucir una sonrisa envidiable hay que cuidar muy bien la salud bucal.

La **Revista del Consumidor** entrevistó a algunos especialistas para que nos comentaran qué se debe considerar antes de elegir un dentífrico, así como cuál es el mejor método para preservar su salud dental.

El doctor José Agustín Zerón, quien es miembro de la Comisión Examinadora del Consejo Mexicano de Periodoncia, nos explica: «La pasta y el cepillo dental son la 'pareja' de productos más importante para realizar la limpieza bucal; el dentífrico es auxiliar de la higiene, además de hacer más agradable el cepillado.

«Aunque actualmente las pastas dentales están elaboradas con novedosas fórmulas a base de agentes químicos como fluoruro de sodio, triclosán, peróxido y bicarbonato, entre otros, ninguna tiene la capacidad de evitar por sí sola las enfermedades bucales, como la caries y la gingivitis (inflamación de las encías)».

Prevención y daños

«Para prevenir la caries se deben fomentar buenos hábitos de higiene y alimenticios, ya que mientras en la boca existan condiciones favorables para el desarrollo de microorganismos, aunadas a técnicas de limpieza inadecuadas y una alimentación deficiente, la caries aparecerá», afirma el presidente de la Comisión de Materiales Dentales de la Asociación Dental Mexicana, doctor Alfredo Sakar.

Por su parte, el doctor Zerón comenta: «Los pacientes que presentan daños provocados por los dentífricos son casos aislados; por lo general, las alteraciones de los tejidos blandos son resultado de una reacción a los componentes de la fórmula.

«El daño al esmalte y a la dentadura muchas veces es consecuencia de la técnica inadecuada del cepillado».

Los ingredientes más comunes que contienen las pastas dentales

Fluoruro: ***fortalece el esmalte de los dientes y lo hace más resistente contra la caries.***

Monofluorofosfato de sodio (MFP): ***también fortalece el esmalte; es especialmente efectivo para los niños.***

Pirofosfato: ***ingrediente activo de las pastas antisarro; retarda y dificulta su formación en las coronas de los dientes.***

Gantrez: ***antibacterial de acción prolongada.***

Bicarbonato de sodio: ***limpia los dientes y las encías durante el cepillado y contribuye a eliminar las manchas.***

Peróxido: ***proporciona limpieza profunda.***

Triclosán: ***Retarda la formación de bacterias que se adhieren a la superficie dental.***

Fuente: Colgate Palmolive, S.A. de C.V.

Afecciones bucales más comunes

Placa dentobacteriana: es una capa blanca que se forma sobre los dientes tras la ingesta de alimentos, debido a la combinación de bacterias, restos de comida y saliva. Si no se elimina debilita el esmalte de los dientes, provocando caries, o se endurece y se forma sarro (el cual sólo puede ser retirado por el dentista).

Se puede evitar su aparición utilizando correctamente el cepillo, la pasta y el hilo dental.

Caries: cuando las bacterias logran debilitar el esmalte -parte externa y más dura del diente-, forman una mancha café o negra, que si no es atendida a tiempo destruye lentamente los tejidos, el esmalte, la dentina y la pulpa -nervio-, que es la parte más profunda y sensitiva de las piezas dentales.

Gingivitis: la placa dentobacteriana acumulada o el sarro provoca que se inflamen y sangren las encías, lo cual afecta al tejido que soporta al diente.

Halitosis (mal aliento): sus causas pueden estar relacionadas con la dentadura, la garganta o los senos maxilares y frontales; en ocasiones también se vincula con enfermedades pulmonares o problemas gástricos o hepáticos.

¿Cómo elegir el dentífrico adecuado?

-Es importante verificar que el producto incluya en su empaque el logotipo de la Asociación Dental Mexicana, lo que certifica que se trata de una pasta dental aprobada por los especialistas.

-Los niños son muy susceptibles a la caries, por lo que una pasta con flúor será de mucha ayuda, ya que es el principal agente que previene esta afección.

-A los adultos les conviene usar una pasta dental antisarro -es decir, que contenga pirofosfato- para retardar o evitar su formación.

-Las personas cuya dentadura es sensible deben usar dentífricos especiales, dato que generalmente se indica en el empaque de la pasta; en todo caso verifique que la fórmula contenga nitrato de potasio.

-Para quienes desean evitar la formación de la placa dentobacteriana, una pasta con triclosán es la mejor opción.

-Si lo que busca es un producto auxiliar en el combate de la caries, la placa dentobacteriana, el sarro y la gingivitis, en el mercado hay varios que reúnen todos los ingredientes necesarios para brindarle una protección completa.

-Otra posibilidad son las pastas dentales que al mismo tiempo cumplen la función de enjuague bucal, pues contienen dos fluoruros.

-Para fomentar en los niños el hábito del cepillado, algunas marcas ofrecen dentífricos con sabor a frutas o chicle, los cuales contienen flúor, no hacen demasiada espuma y no incluyen azúcar.

-Las pastas dentales con peróxido permiten una limpieza profunda, penetrando entre los dientes y ayudando a las encías a mantenerse sanas.

-Si lo que desea es un artículo que proporcione blancura a sus dientes y elimine las manchas, elija alguno que contenga bicarbonato de sodio.

-Actualmente se han puesto de moda las pastas dentales «blanqueadoras», pero su uso implica riesgos, porque pueden ocasionar daños al esmalte de los dientes. Tenga cuidado al adquirir algún tipo de pasta que contenga abrasivos.

Últimas recomendaciones

-Para evitar el desperdicio de pasta dental presione el tubo de manera uniforme, siempre desde la parte inferior.

-Si detecta señales de escoriación en la parte interior de los labios o en las encías, cambie de dentífrico y disminuya el uso de enjuague bucal, además consulte al dentista de inmediato.

-Siempre cepille sus dientes tres veces al día o después de cada comida, al menos durante tres minutos: use hilo para la limpieza interdental y enjuague bucal si es de su agrado.

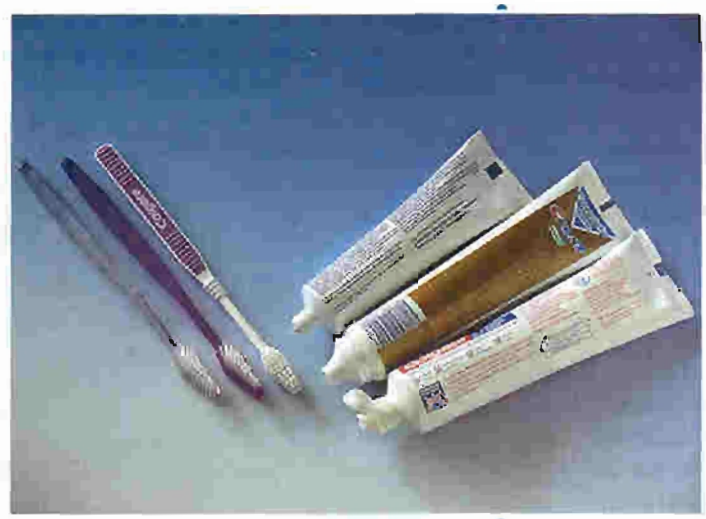
-Tenga presente que cualquier úlcera o escoriación que permanezca en su boca sin cicatrizar por más de diez días debe ser examinada por el especialista

-La mayoría de los adultos compra cepillos demasiado duros y grandes; lo más recomendable es adquirir uno cuyo diseño permita un mejor acceso a las piezas que se localizan al fondo de la boca y de cerdas suaves.

-El elemento más importante para la limpieza bucal es el cepillo: aun cuando no tenga a la mano pasta, hilo dental o enjuague bucal, un buen cepillado puede ser más que suficiente.

Lorena M. Romo

Fuentes: -Doctor Alfredo Sakar Allende, miembro activo de la Asociación Dental Mexicana y de la Asociación Dental del D. F.
-Doctor Agustín Zerón, presidente de la Asociación Dental del D. F. y miembro de la Comisión Examinadora del Consejo Mexicano de Periodoncia.
-Colgate Palmolive, S. A. de C. V.



Cómo elaborar pasta dental en casa

Ingredientes

*-30 g (4 cucharadas) de carbonato de calcio**
*-10 g (2 cucharadas) de jabón neutro pulverizado**
*-20 g (4 cucharadas) de goma arábiga**
*-50 g (10 cucharadas) de glicerina**
*-20 g (4 cucharadas) de miel de maíz**
-15 gotas de sabor artificial (al gusto)*
-3 gotas de color vegetal (al gusto)*
-agua hervida (1 cucharadita)

**Estos ingredientes los puede adquirir en farmacias grandes.*

Procedimiento:

1. En un recipiente de vidrio se mezclan el carbonato de calcio, el jabón y la goma arábiga.

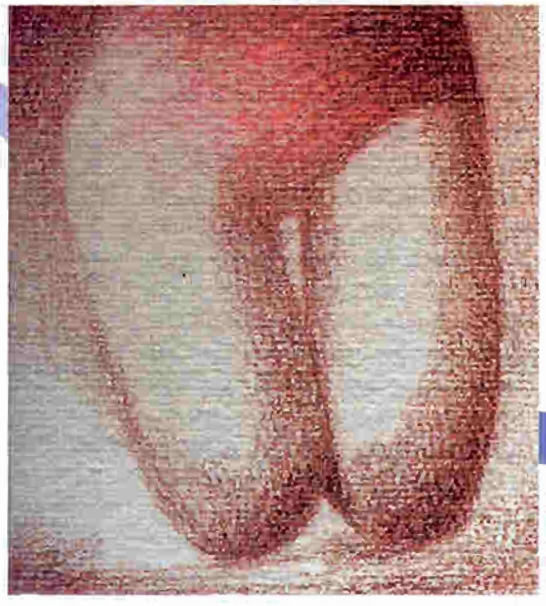
2. En otro más grande se vierten la glicerina, la miel de maíz, el sabor artificial, el color vegetal y el agua; se incorporan perfectamente todos estos ingredientes.

3. A la mezcla se le agregan poco a poco los polvos, revolviendo con una cuchara hasta obtener una pasta homogénea, la cual se vacía en frascos o en recipientes de plástico muy limpios.

4. La pasta se conserva en buen estado aproximadamente por dos meses; una pequeña cantidad es suficiente para realizar la limpieza bucal.

El ahorro al elaborar este producto en casa es de cuando menos un 35 por ciento.

Si desea una pasta dental más espesa, agregue más carbonato de calcio hasta obtener la consistencia deseada.



Pros y contras

medias medic

Las medias y las pantimedias son prendas indispensables en el guardarropa femenino, razón por la cual los fabricantes están en busca constante de nuevas tecnologías que permitan reunir la comodidad, la durabilidad y la excelente apariencia.

Pero, ¿ha oído hablar de las medias terapéuticas?; es posible que, al igual que muchas mujeres, usted haya descartado su uso al pensar que únicamente deben utilizarlas quienes tienen problemas de circulación y várices. Sin embargo, aunque en dichos padecimientos su empleo es indispensable, los diferentes niveles de ajuste permiten considerarlas también cosméticas.

Para qué sirven

«Las medias terapéuticas se caracterizan por tener diversos niveles de compresión (aplicación de una fuerza constante sobre un miembro del cuerpo), por ello son auxiliares en el tratamiento de las venas insuficientes o várices -comenta a la **Revista del Consumidor** el doctor Víctor Huggo Córdova, médico del Hospital General «Manuel Gea González».

«Cuando el problema de várices es grave se requiere operar a la persona; si no lo es tanto se recetan medicamentos que equilibren el proceso de coagulación para evitar que sobrevenga una embolia; mientras que si la afección es menor es suficiente con el uso de medias terapéuticas.

«Para prevenir la aparición de várices -recomienda el doctor Córdova- hay que evitar el sobrepeso y no pasar periodos largos de pie, ya que las venas de las piernas, a diferencia de las arterias, requieren de movimiento para funcionar adecuadamente, por lo tanto es muy importante caminar con frecuencia».

Cabe aclarar que el uso de medias de alta compresión es delicado y sólo deben emplearse por prescripción médica, pues de lo contrario pueden perjudicar la circulación.

nales

Acerca de la compresión

Cabe aclarar que el uso de medias de alta compresión es delicado y sólo deben emplearse por prescripción médica, pues de lo contrario pueden perjudicar la circulación.

Margarita Otero, gerente de marca de la compañía Kendall, una de las firmas que se dedica a la producción de este tipo de medias, nos explica cuáles son las propiedades de dichas prendas:

-La media tiene la forma de la pierna, con una compresión adecuada para cada punto de la extremidad.

-Son lisas (únicamente tienen costuras de ensamble en el calzón y la punta).

-La compresión es graduada.

-Se fabrican a base de tejido de punto en forma de estrella, el cual tiene la cualidad de masajear la pierna para facilitar el retorno de la sangre al corazón.

«La compresión de las medias -agrega nuestra entrevistada- está científicamente graduada (el ajuste se mide por milímetros de mercurio y tiene un rango +/-) y registrada ante la Secretaría de Salud.

«Lo que se busca es que sea más ajustada en el tobillo y dicha compresión vaya disminuyendo poco a poco hasta el muslo.

«En el caso de nuestra marca se dividen en:

***Suave:** son cosméticas, ayudan a prevenir problemas circulatorios menores; se prescriben durante el embarazo, o cuando surgen síntomas como piernas cansadas, adoloridas o várices incipientes.

***Mediana:** además de ser cosméticas son útiles en el tratamiento de problemas venosos de mediana intensidad, como pesadez de piernas, várices moderadas, edema simple (con o sin embarazo).

***Alta:** son adecuadas en los casos de várices acentuadas o prominentes, recuperación de una cirugía de várices o durante el embarazo en mujeres con predisposición congénita a padecimientos circulatorios. Para el uso de este tipo de medias se debe consultar previamente al médico.

Algunos otros beneficios

-Gracias a la compresión regularizan el retorno venoso.

-Evitan la inflamación y el edema.

-Disminuyen el riesgo de una insuficiencia cardiaca.

-Previenen la insuficiencia venosa, pues no permiten que los tejidos de las venas se deterioren más.

Amiga lectora, es muy importante que consulte al médico antes de usar estas prendas y que siga sus indicaciones al pie de la letra; solamente use el tipo de medias que le prescriban y al adquirirlas considere su durabilidad, comodidad y precio.

Vanessa Prieto

Fuentes: Entrevista con el doctor Víctor Hugo Córdova.
-Kendall.

Qué hay detrás de...

Tiendas

La organización estadounidense Food Marketing Institute (FMI) y la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A. C. (ANTAD) realizaron el año pasado un estudio denominado «Tendencias en México: actitudes del consumidor y el supermercado en 1996», en el cual abordaron temas como hábitos de compra, lealtad al establecimiento y motivos para elegir otro, expectativas y desempeño del lugar de compra, así como la actitud del consumidor respecto a las propiedades nutritivas y la seguridad de los productos.

Por considerarlo de interés para nuestros lectores, incluimos aquí algunos de los principales resultados que nos muestran ciertas preferencias de consumo.

La investigación se llevó a cabo en el Distrito Federal, Chihuahua, Aguascalientes, Culiacán y Veracruz.

Dónde compran

El supermercado es el establecimiento más visitado por los consumidores, aunque experimentó una disminución considerable en la preferencia del público (de 65 a 59 por ciento del año pasado a la fecha).

Respecto a los sitios donde se adquieren productos específicos, existen algunas diferencias:

*Los supermercados tienden a ser la alternativa más frecuente en productos empacados y elaborados, como carnes frías y artículos de la canasta básica; productos para el cuidado de la salud y de aseo personal o cosméticos; detergentes y productos de limpieza.

◆ La tienda de la esquina constituye el lugar más usual para adquirir productos de consumo frecuente, como bebidas gaseosas no alcohólicas, leche y huevo.

◆ Los mercados establecidos se eligen casi siempre para comprar frutas, verduras, pescado y mariscos frescos, y flores naturales.

◆ Las tiendas especializadas parecen ser el lugar indicado para adquirir productos frescos, como pan, carne de res, cerdo y pollo.

En el citado estudio se detectó que quienes compran en los supermercados son las personas con ingresos económicos elevados, que cuentan con un mayor nivel de educación y que gastan más en comestibles (situación que no ha cambiado desde 1995).

También quedó de manifiesto que los consumidores más jóvenes (entre los 25 y los 39 años de edad) tienen más predisposición a realizar gran parte de sus compras en el supermercado.

Por otro lado existen ciertas diferencias regionales en lo que se refiere al lugar donde compran los consumidores.

En Guadalajara se observa la tendencia más baja a elegir un supermercado; mientras que los hábitos de compra de los residentes de ciudades más pequeñas se asemejan a los de los consumidores de Monterrey, quienes dependen más del supermercado para productos perecederos como carnes frías, frutas, verduras, queso, mariscos y pan.

vs. Supermercados

Disminución del gasto

Según datos del estudio, desde el año pasado, el promedio de visitas semanales a los establecimientos de venta de comestibles bajó en casi una visita semanal.

Respecto al gasto semanal, el promedio fue de $ 288.00, lo que implica un aumento de 20 por ciento ante los $ 241.00 semanales en promedio reportados en 1995; mientras tanto, los consumidores de Monterrey experimentaron un incremento de 38 por ciento en sus cuentas semanales de alimentos.

Por otro lado, aproximadamente 9 de cada 10 consumidores (88 %) señalaron que al realizar sus compras sólo adquieren lo que necesitan «todas las veces» o «bastante a menudo».

El 20 por ciento afirmó que compraba por impulso «todas las veces» (6 %) o «bastante a menudo» (14 %); los resultados fueron similares a los del año pasado.

Solamente 1 de cada 10 entrevistados (12 %) informó que había cambiado de establecimiento de venta de alimentos.

El motivo para mantener tan elevado nivel de lealtad es el grado de satisfacción que proporcionan las tiendas al consumidor. Casi 9 de cada 10 consumidores evaluaron a los establecimientos en una escala que va de 8 a 10 puntos (10 es igual a excelente y 1 a deficiente).

Aspectos como precios bajos, frutas y verduras frescas, carnes de buena calidad, variedad de productos, limpieza, seguridad y buen servicio fueron señalados como los principales para seleccionar un establecimiento.

Las tres razones citadas con mayor frecuencia para cambiar de tienda fueron: los precios (62%), una mejor ubicación (17%) y un mejor surtido (12%).

Preocupación por la seguridad y la limpieza

Al 94 por ciento de los consumidores entrevistados les preocupa mucho el valor nutritivo de lo que consumen, mientras que más de la mitad del total de la muestra (54 %) básicamente confían en su intuición para adquirir alimentos nutritivos, resultado similar al de 1995 (51 %).

La mayor parte de los consumidores (82 %) están «casi» o «completamente» convencidos de que los alimentos que adquieren en el establecimiento de su preferencia son seguros; no obstante, esta confianza disminuyó significativamente (el porcentaje bajó en 10 puntos).

Las preocupaciones «logísticas» referentes al control de calidad, el manejo de productos y la limpieza fueron las respuestas más frecuentes (64 %) al preguntarse qué aspecto sería considerado como un peligro para la seguridad de los alimentos.

A los consumidores se les leyó una lista de factores y luego se les preguntó si consideraban que algunos productos representaran un peligro para la salud: 8 de cada 10 consumidores piensan que la contaminación transmitida por bacterias, la manipulación incorrecta de productos, los residuos de pesticidas o herbicidas, y los alimentos irradiados constituyen un grave peligro. Los resultados son similares a los del año pasado.

De 1995 a la fecha, la preocupación por los riesgos relacionados con colorantes artificiales, aditivos, conservadores y nitratos aumentó de manera notable.

Frecuencia de las compras

La leche (82%) y el pan fresco (78%) son algunos de los productos que se adquieren con mayor frecuencia (3/4 partes de los consumidores los compran más de dos veces por semana).

En orden descendente se encuentran la carne fresca, las bebidas gaseosas no alcohólicas, las frutas, las verduras frescas, el pollo y el huevo.

Por otra parte, los consumidores tienden a comprar los siguientes productos en forma mensual o menos frecuente: bebidas alcohólicas (80%), productos para el cuidado de la salud, de aseo personal o cosméticos (79%), flores naturales (69%), alimentos envasados (64%), detergente y productos de limpieza para el hogar (57%), pescados y mariscos frescos (58%).

Como mencionamos, éstos son sólo algunos de los hábitos de consumo que esta amplia investigación detectó, pero que sirven de referencia para conocer cuáles son las tendencias de compra recientes.

Vanessa Prieto

Fuente: Margot Cella, Food Marketing Institute (FMI), 800 Connecticut Ave., N.W. Washington, D. C. 20006 Tel: (202) 429-82-86 Fax: (202) 429-45-89

¿Quiere comprar una casa a crédito?

Hoy en día, los autofinanciamientos inmobiliarios constituyen una buena opción para adquirir una casa o un departamento, pues una de sus ventajas es que para inscribirse no es necesario percibir altos ingresos, lo que permite que varios miembros de la familia cooperen para efectuar el pago de las cuotas mensuales.

Con este reportaje pretendemos que usted conozca cómo operan los autofinanciamientos, sus pros y sus contras, además de presentarle un cuadro comparativo que le permitirá saber si existe una opción que se ajuste a su presupuesto.

¿Qué son los autofinanciamientos?

Se trata de un mecanismo de ahorro inversión que opera generalmente en grupos cerrados, de 500 ahorradores en promedio, quienes aportan mensualmente una cantidad de dinero proporcional al monto del valor solicitado.

La cantidad aportada por los integrantes crea un fondo común, el cual es administrado por un fideicomiso, que a su vez se encarga de realizar mensualmente eventos de adjudi-

cación (proceso mediante el cual el consumidor, con base en el contrato de adhesión, obtiene el derecho a recibir el bien o servicio).

Los ahorradores también pueden obtener la adjudicación automática por puntualidad en los pagos, en subasta, o al cubrir una tercera parte o el 60 por ciento del monto del importe contratado. Cabe hacer la aclaración de que esto no es una regla general, ya que cada empresa tiene, de acuerdo con sus contratos, sus propias restricciones o formas de adjudicación.

El contrato se establece de la siguiente manera: el consumidor solicita a la empresa elegida cierta cantidad de dinero para adquirir, construir, remodelar o ampliar un bien inmueble. El solicitante asume el compromiso de pagar mensualmente una cantidad proporcional según el monto y el plazo de pago establecidos.

Aunque los pagos pueden variar, las aportaciones globales generalmente son las siguientes: cuota de inscripción, aportación mensual, gastos de administración, primas de seguro e impuestos.

Qué ofrece el mercado

Para efectos del presente reportaje se analizaron las opciones que ofrecen 14 empresas de autofinanciamiento (véase Cuadro comparativo).

Hay ciertos factores que todo consumidor debe tomar en cuenta antes de contratar un plan de autofinanciamiento, como la duración del programa (el número y el monto de las mensualidades), ya que los plazos en meses varían de 12 hasta 288, dependiendo de la empresa, mientras que los pagos se rigen por la duración del contrato. Respecto al número de integrantes, el plan contempla desde 125 hasta 500, a excepción de **ACO**, que forma sus grupos de manera abierta.

En caso de que el consumidor desee cancelar el contrato, la mayoría de las empresas devuelve las mensualidades aportadas «a valor histórico» (aportación periódica en tér-

minos nominales o precios corrientes), penalizando con dos mensualidades «a valor presente» (monto con el factor de actualización correspondiente).

Los sistemas de autofinanciamiento inmobiliario funcionan siempre y cuando se aporten puntualmente las cuotas y se cumpla con los demás requisitos del plan, dado que la empresa es únicamente administradora del programa.

Es importante mencionar que el fondo común generado por el dinero recibido de los ahorradores es administrado por un fideicomiso, puesto que todas las empresas lo contratan con alguno de los principales bancos del país.

Sin embargo, esto no garantiza la inversión personal, pues independientemente de la conformación del fideicomiso, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores ha señalado que ninguna de estas empresas está regulada o supervisada por la Secretaría de Hacienda o el Banco de México, por lo tanto deben contar con recursos propios (y no sólo de sus socios) para cubrir las obligaciones que deriven a favor del grupo de consumidores.

Vale la pena aclarar que casi todas las empresas consultadas cuentan con contrato de adhesión registrado ante PROFECO.

En cuanto a ACO MÍ ALCANCÍA, conviene precisar que no se ajusta en su totalidad a la normatividad vigente, existiendo al respecto diferentes puntos de vista sobre el alcance de un amparo que obtuvo dicha empresa en el año de 1994, en virtud del cual ha sostenido que la nueva normatividad no le es aplicable.

El contrato registrado ante PROFECO brinda cierto margen de garantía al cliente, es decir, que la empresa cuenta con los requisitos mínimos para prestar sus servicios y que no se trata de organizaciones «fantasma».

Lo anterior no garantiza el cumplimiento total del contrato ni la ausencia de anomalías en el plan de autofinanciamiento, pero si usted enfrenta cualquier problema relacionado con este tipo de instituciones, no dude en acudir a PROFECO.

Algunas recomendaciones

- Evítese sorpresas: antes de firmar el contrato léalo con detenimiento y solicite asesoría de un experto.
- Recuerde que los créditos de este tipo son a largo plazo (no menos de cinco años), por eso considere su capacidad de ahorro y sus ingresos.
- Procure que el pago mensual por el préstamo solicitado no rebase el 35 por ciento de su salario.
- No olvide que los resultados del autofinanciamiento inmobiliario se presentan a mediano o largo plazos, sólo ocasionalmente sucede a corto plazo.
- Antes de firmar el contrato evalúe los gastos de administración, el porcentaje del seguro de vida y demás comisiones que deberá pagar al proveedor.
- Recuerde que en cualquier momento puede cancelar el contrato, pero seguramente recuperará menos de lo que aportó.
- Pida a la empresa que le dé toda la información por escrito y que aclare sus dudas de la misma forma.
- Una buena medida precautoria es consultar en PROFECO el comportamiento comercial de la empresa con la que piensa contratar; comuníquese a los teléfonos 568-87-22 ó 211-64-14 en el Distrito Federal; desde cualquier punto de la república marque el 91-800-903-13.

Vanessa Prieto

Fuentes: -Dirección de Mercadotecnia Social. PROFECO.
-Empresas de autofinanciamiento.

Empresa	Inicio oper. (1)	Destino (2)	Plazo (meses)	Número de integrantes	Tipos de adjudicación	Factor de actualización (3)	Actualización cada:
Afisa	16-may-95	BI	162	500	Subasta, puntuación, antigüedad, subasta adicional	Ircevis	Semestre
Arfra	Mar-97	BI	24, 48, 72, 120, 144	500	Directa, puntuación/permanencia	SMDF O INPC	Semestre
		BM	24, 48	500	Directa, puntuación/ permanencia	SMDF O INPC	
Auto Hogar (Guadalajara)	9-may-94	BI	120, 180, 240	500	Directa, sorteo, subasta, puntaje	Promedio CPP/(7), INPC, Ircevis	Semestre
		BM	50	125	Directa,sorteo,subasta, puntaje	Incremento del precio de los autos nuevos, deslizamiento del peso frente al dólar (E.U.)	
Casa Fin	1-ago-95	Inmobiliario	1 hasta 240	500	Directa, puntaje, subasta, antigüedad	INPC, SMG, 1%	Mes
Consorcio Firme Plus	12-sep-94		12,18,24, 36,48		Directa, sorteo, subasta	SMDF	
Grupo Firme Plus			72,120,180	360	Directa, sorteo, subasta, calificación y antigüedad	SMDF	Semestre
Afimex	20-dic-94	BI	204	500	Directa, sorteo, subasta, lista secuencial de espera y garantía	Variable, orientado a capacidad de pago-salarial	
Plan 2000	Nov-95	BI	180	500	Directa, sorteo, subasta, antigüedad y puntaje	1% fijo mensual	Mes
Impulso Autof.	22-abr-94	BI	72,120	500	Directa, subasta, puntuación, antigüedad	INPC	
Opción Proa	29-sep-95	BI (serv. construcc.)	60,120,180	500	Directa,sorteo,subasta, puntualidad	0.7%, 1.2% INPC	Mes
		BM nuevos y serv.	12,24,36, 48,72	250	Directa, subasta, puntaje, ahorro	0.4%, 0.7%, INPC	
Plan Dinámico	19-may-95	BI/BM	24,36,48,72, 108,144,180	500	Directa, sorteo, subasta, puntuación y permanencia	SM, INPC, 6% semestral fijo	Semestre
Tu Casa Express	10-oct-95	BI	48,96,144, 192,244	500	Directa,sorteo,subasta, puntuación, antigüedad y secuencial	4.5% o promedio entre INPC y SMDF	
Auto Fin	1989	BI	200 (autoajustable)	500	5 diferentes	CETES	Mes
Aco	24-abr-87	BI y serv. construc-tivos	72, 144, 288	Grupo abierto	Directa, sorteo (lotería nacional), natural, normal	1% fijo, INPC en todos los casos	

Empresa	Cuota de inscripción (%) + IVA	Cuota de adjudicación (%) + IVA	Aportación periódica (100 mil/5) (3)	Gastos de administración % + IVA (4)
Afisa	1.5% del valor presente contratado + 15% IVA	2.5% del valor presente adjudicado + 15% IVA	617.28	10% sobre la AP + 15% IVA
Arfra	1.5% + IVA	2.5% más IVA	Varios plazos	0.1% + IVA
	1.5% + IVA	2.5% más IVA	Varios plazos	0.1% + IVA
Auto Hogar (Guadalajara)	1.8% + IVA	1.8% más IVA	10 años $833; 15 años $556 20 años $417	0.10%, 0.12% + IVA
	1.8% + IVA	1.8% más IVA	50 meses $2,000	0.19% + IVA
Casa Fin	1.5% + IVA	2.5% más IVA	767	1% del VCP + IVA
Consorcio Firme Plus	1.10%	2.90%		10%
Grupo Firme Plus	1.10%	2.90%		8.64%, 12%, 18%
Afimex	1.19%	2.99%	490.2	0.06%
Plan 2000	1.5% + IVA	2.5% más IVA	555.55	.09% + IVA
Impulso Autof.	1.1% + IVA	2.9% más IVA	1,388.80 y 833.30 en 72 y 120 meses respectivamente	9% y 12% sobre aportación periódica + IVA
Opción Proa	1% + IVA	3% más IVA	555.55/180 meses	9 al millar + IVA
	1% + IVA	3% más IVA	1388.88/72 meses	9% + IVA
Plan Dinámico	1.5% + IVA	2.5% más IVA		0.1%, 0.7%
Tu Casa Express	1.50%	2.50%	416.67	100
Auto Fin	0.50%	3.00%	500	0.05 sólo adjudicados
Aco	2.00%	2.60%	1,388.88 (72 meses), 694.44 (144) y 347.22 (288)	0.16%, 0.115%, 0.716% respectivamente

Cuota periódica total mensual (5)	Cobertura del seguro (6)	Penalidad por cancelación
720.77	Muerte e incapacidad total permanente	2 cuotas a valor promedio
Varios plazos	Ambos	2 aportaciones
Varios plazos	Ambos	2 aportaciones
10 años $ 1,011; 15 años $ 734 20 años: $ 417	Sobre valor del contrato de adhesión	2 aportaciones a valor promedio
50 meses: $2. 250.50	Sobre valor del contrato de adhesión	2 aportaciones a valor promedio
962	Sobre el valor presente contratado	2 y 5 mensualidades si va o no al corriente respectivamente
		No hay si está al corriente
		No hay si está al corriente
582.41	Vida e incapacidad total permanente, desempleo por 6 meses, saldos insolutos (cuotas periód. totales por pagar)	2 aportaciones periódicas a valor promedio
691.05	Vida e incapacidad total permanente	No hay si está al corriente
1,566.29 y 983.30 en 72 y 120 meses respectivamente	Sobre valor del contrato de adhesión	2 aportaciones promedio
697.05/ 180 meses	Saldo insoluto	2 aportaciones
1,570.62/72 meses	Saldo insoluto	2 aportaciones
	Vida e incapacidad total y permanente, desempleo x 6 meses, últimos gastos por 10 mil, adicional de vida x 3 años y 200 mil al cónyuge, hasta $1 millón sin pruebas x asegurabilidad y cobertura adic. del 25% de la suma asegurada básica entregado en renta mensual.	2 aportaciones periódicas a valor promedio
582.49	Saldos insolutos, conyugal y desempleo	No hay
535 antes y 592 adjudicado	Sobre saldos	2 cuotas a valor promedio
1,588.88, 849.44, 458.82 respectivamente	Cobertura del seguro de vida (indiv/cony). Valor actualizado del contrato	2 mensualidades

(1) Del primer sistema de comercialización.

(2) Bienes muebles (BM), Bienes inmuebles (BI).

(3) INPC: Índice Nacional de Precios al Consumidor; SMDF: Salario Mínimo en el D.F.; CETES: Certificados de la Tesorería; INCEVIS, etc.

(4) Como % del valor del contrato de adhesión.

(5) Corresponde a la suma de la Aportación periódica más los gastos de administración, más la cuota del seguro de vida. Debe considerarse que los sistemas con diferentes plazos no son directamente comparables entre sí.

(6) Sobre saldos insolutos o sobre el valor del contrato de adhesión.

(7) Asociación Mexicana de Administradores y Promotores de Sistemas de Autofinanciamiento, A. C.

(8) Registro ante PROFECO conforme a la NOM (Norma Oficial Mexicana) y al Reglamento vigente.

(*) Banco Nacional de Comercio Interior.

Estos datos fueron investigados durante el mes de abril de 1997.

ConAmed

¡Sus derechos en

Uno de los servicios más requeridos por los consumidores es aquel destinado a la preservación de la salud, y desafortunadamente este sector no está exento de inconformidades y controversias que demandan la intervención de la autoridad competente para su resolución.

La Comisión Nacional de Arbitraje Médico (Conamed), creada el 3 de junio de 1996, tiene como propósito fundamental **tutelar el derecho a la protección de la salud y resolver los conflictos que se susciten entre los usuarios y los prestadores de servicios médicos, tanto públicos como privados**, a fin de **contribuir al mejoramiento de dichos servicios, con calidad y eficiencia**.

Acciones de la Conamed

La Conamed informa, mediante un documento que registra sus actividades durante los primeros siete meses de gestión -es decir, de junio a diciembre de 1996-, que durante dicho lapso recibió un total de **2 mil 852 asuntos**, de los cuales el **56 por ciento** -mil 597 casos- **fueron concluidos en forma inmediata**, brindando a los usuarios **orientación** o **asesoría** para la resolución de sus problemas, así como **información sobre sus derechos y obligaciones**.

Por otra parte, se indica que **mil 175 casos** fueron aceptados para su estudio y conciliación; de éstos, **72 fueron resueltos mediante gestión vía telefónica; mil 103 se canalizaron a las direcciones generales de Conciliación y de Coordinación Regional**, mismas que al cierre del periodo ya señalado habían **concluido 536 quejas**, de las cuales **272** se solucionaron por **amigable composición** entre las partes, y **264** mediante **otras modalidades**. De los asuntos resueltos en amigable composición, **100 correspondieron al ISSSTE, 52 al IMSS, 87 a servicios médicos privados** y los **33 restantes** a **instituciones que principalmente atienden población abierta**.

De los casos resueltos a través de esta modalidad, **36 por ciento se relacionaron con la atención médica al paciente**, lo que implicó la revaloración y, en su caso, modificación del procedimiento de atención; **24 por ciento correspondió a trámites de reembolso** por los gastos efectuados como pago de la atención extrainstitucional que requirieron los derechohabientes; **13 por ciento se solucionó con la explicación detallada sobre los servicios proporcionados** al paciente; finalmente, el **26 por ciento** restante correspondió a **otros compromisos** asumidos por los prestadores.

Otro dato que vale la pena destacar es que el **52 por ciento de los asuntos recibidos corresponden al Distrito Federal**, seguidos por la Región Centro del país, con 34 por ciento; el menor porcentaje de quejas recibidas proviene de las zonas Sur y Norte de México.

En cuanto a los **grupos de edad**, se señala que el **mayor porcentaje de quejas corresponde a usuarios cuya edad oscila entre los 40 y los 64 años** (29 %); en segundo lugar se ubican los usuarios de entre 25 y 39 años (25 %); y por último los menores de un año (14 %). Asimismo, **prevaleció el sexo femenino** sobre el masculino en cuanto al género de los afectados, en razón de 1.2 a 1.

En lo que se refiere a los aspectos médicos que fueron objeto de las quejas admitidas, **el mayor número de presuntas irregularidades correspondió al tratamiento quirúrgico**, la **terapéutica médica** y el **diagnóstico**; otros renglones fueron la atención del parto, uso de servicios auxiliares de laboratorio y gabinete, y la relación médico-paciente.

Así, las **especialidades médicas más recurrentes en las quejas** fueron la **quirúrgica**, con el 40 por ciento de las inconformidades; **ginecobstetricia**, 13 por ciento; **urgencias**, 11 por ciento; **medicina interna**, 10 por ciento; **pediatría**, 3 por ciento; y el 13 por ciento restante correspondió a otras especialidades y subespecialidades.

Los datos asentados en los expedientes indican que los quejosos manifestaron que en las especialidades de **cirugía** y **ginecobstetricia** se presentaron **problemas relacionados principalmente con el tratamiento quirúrgico**; en **medicina interna** y **pediatría** ocurrieron **durante las acciones de tratamiento médico**; en tanto que en **urgencias** se suscitaron al momento del **diagnóstico**.

Acerca de este tipo de actividades, la política de la Comisión es dar a conocer a la opinión pública los exhortos que no sean atendidos en tiempo y forma por los prestadores de servicios, a fin de que **se ejerza mayor presión y se realicen las acciones que permitan corregir la problemática detectada para contribuir a elevar la calidad en la prestación de los servicios médicos en el país**.

Fuente: Revista Conamed.

servicios médicos!

Cómo actúa

Las principales características de la actividad que desempeña la Conamed son:

- Su ámbito de acción es **nacional**.
- Posee plena **autonomía técnica**.
- Garantiza la **imparcialidad**.
- Propicia la **conciliación** para dirimir controversias.
- Actúa como árbitro a petición de los involucrados.
- Sólo interviene **cuando las partes no ejercen sus derechos por otra vía**.
- Los servicios que proporciona son **gratuitos**.

La atención que brinda la Conamed es proporcionada por médicos y abogados capacitados para orientar y atender las quejas en forma oportuna y eficiente mediante las áreas de **Orientación y Quejas**, **Conciliación** y **Arbitraje**.

Su campo de acción

La Conamed ofrece sus servicios en tres grandes áreas:

ORIENTACIÓN Y QUEJAS

- Brinda asesoría sobre derechos y obligaciones, tanto a usuarios como a prestadores de servicios médicos.
- Recibe y atiende la queja del usuario, analiza la información aportada y determina su procedencia.
- Cuando la reclamación se considera procedente, se turna al área de Conciliación; en caso contrario se orienta a la persona para que dirija su caso a la institución que corresponda.

CONCILIACIÓN

- Establece contacto con el prestador de servicios médicos para conocer su versión de los hechos.
- Reúne a las partes para proponerles mecanismos de amigable composición como vía para resolver sus diferencias.
- Si las partes llegan a un acuerdo, se procede a la firma de los documentos correspondientes para finiquitar la controversia.
- En caso contrario, se pone a consideración de las partes la posibilidad de que la Comisión intervenga como árbitro para la solución del conflicto.
- De esta manera se resuelve la controversia sin costo y en un tiempo razonablemente menor al requerido cuando el problema se ventila en los tribunales del Estado.

ARBITRAJE

- Las partes se someten de manera voluntaria al arbitraje de la Comisión, renunciando a cualquier otra instancia para dirimir su conflicto.
- La Comisión tiene facultades para resolver en definitiva la controversia mediante la emisión de un laudo apegado a derecho.
- El prestador de servicios y el usuario pueden aportar toda clase de pruebas que no sean contrarias a derecho.
- Se da seguimiento a los laudos, que expresan los compromisos de las partes, y se vigila su cumplimiento.

Para **presentar una queja ante la Conamed** es necesario que el usuario acuda a las oficinas de la Comisión con una **identificación oficial** y los **documentos relacionados con el servicio objeto de la reclamación.**

Si requiere mayor información sobre este tema puede solicitarla directamente en las oficinas de la Conamed, ubicadas en Mitla núm. 250, esq. Eugenia, colonia Narvarte, C. P. 03020, México, D. F.; también puede llamar al **420-70- 94**, **539-37-28**, **420-71-34**, o bien, por fax al **539-40-58**.

Ya lo sabe: como consumidor de servicios médicos, ¡conozca sus derechos y hágalos valer!

Guillermo Torales

Fuente: Conamed.

Elaboración de **composta**

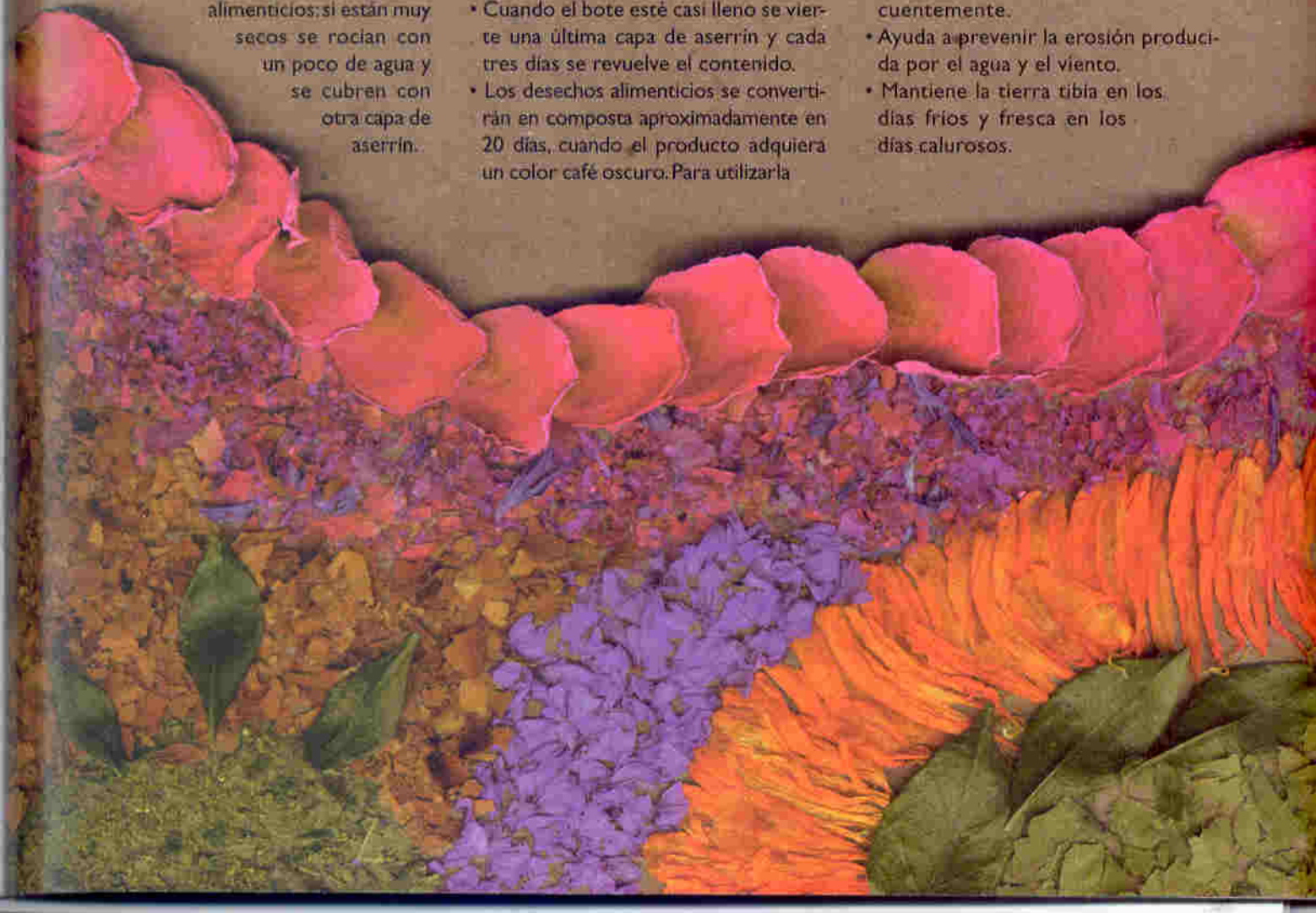
Por lo regular, los sobrantes de alimentos, cáscaras, huesos, semillas, rabos, etcétera, van a dar a la basura. Para aprovechar estos desperdicios es recomendable destinarlos a la elaboración de composta.

Materiales

- 2 contenedores o composteros (pueden ser botes para basura con tapa)
- Aserrín

Elaboración:

- Se cubre el fondo del compostero con una capa de aserrín, material que impide la proliferación de malos olores y de insectos, y al mismo tiempo absorbe el exceso de humedad; enseguida se extiende una capa de desechos alimenticios; si están muy secos se rocían con un poco de agua y se cubren con otra capa de aserrín.
- Antes de depositar la siguiente capa de desechos alimenticios, se revuelven y se humedecen las capas anteriores y siempre se termina con una capa de aserrín seco; al finalizar se tapa el bote.
- La composta se debe cambiar de un contenedor a otro cada tercer día, se revuelve con un palo o varilla y se rocía con poca agua. Si tiene mal olor se le agrega más aserrín.
- Cuando el bote esté casi lleno se vierte una última capa de aserrín y cada tres días se revuelve el contenido.
- Los desechos alimenticios se convertirán en composta aproximadamente en 20 días, cuando el producto adquiera un color café oscuro. Para utilizarla solamente revuélvala con la tierra de macetas o jardines.
- Algunos de los beneficios que se obtienen con la composta son:
- Provee de nutrientes a la tierra.
- Aumenta la porosidad del suelo, lo que permite que el agua se drene mejor.
- Incrementa la retención del agua en el terreno, por lo que no hay necesidad de regar las plantas tan frecuentemente.
- Ayuda a prevenir la erosión producida por el agua y el viento.
- Mantiene la tierra tibia en los días fríos y fresca en los días calurosos.



Cómo congelar fresas

1. Las fresas se lavan perfectamente, se desinfectan y se les quitan los rabillos.

2. Se escurren y se secan bien.

3. En un recipiente de poca profundidad se introducen al congelador durante una hora.

4. Pasado ese lapso se sacan y se espolvorean con azúcar hasta cubrirlas completamente.

5. Se congelan por dos horas más, luego se colocan en bolsas de plástico, a las cuales se les extrae bien el aire y se cierran con un nudo.

6. Anote la fecha de elaboración en las bolsas antes de introducirlas en el congelador.

- Puede congelar fresas machacadas o molidas con azúcar al gusto.
- El producto congelado mediante esta técnica dura hasta 12 meses en buen estado.
- Las fresas enteras se descongelan en dos horas a temperatura ambiente; el puré requiere permanecer así cuatro horas.
- Consuma el mismo día los alimentos que descongele. Nunca congele nuevamente los productos descongelados.
- Acomode los paquetes nuevos junto a las paredes del congelador para que se solidifiquen más rápido.
- Tenga siempre a la mano un inventario de los productos almacenados para consumir primero los que tengan más tiempo.

Bajo la lupa

¡Conozca cuál es el mejor aceite comestible!

Estudio realizado y precios investigados en abril de 1997.

Con el propósito de informar al consumidor sobre la calidad, características y precios de los aceites comestibles que se comercializan en el mercado, el laboratorio de PROFECO se dio a la tarea de realizar un estudio sobre este producto que tiene una marcada presencia entre los artículos de consumo frecuente en los hogares mexicanos.

¿Qué características tuvo el estudio?

La investigación incluyó un total de 24 marcas de aceites comestibles, tanto puros como mixtos, cuyas características son:

Aceite puro comestible: líquido de color ambarino que se obtiene mediante el prensado de las semillas o embriones de maíz, cártamo, girasol o canola, el cual posteriormente se somete a diferentes procesos de refinación; tiene una pureza del 99 por ciento.

Aceite vegetal comestible: es el resultado de la mezcla de dos o más aceites comestibles refinados y deodorizados por separado provenientes de las semillas de cualquiera de las siguientes plantas oleaginosas: cártamo, ajonjolí, girasol, soya, algodón, maíz, cacahuate, oliva, calabaza, coco, palma o canola. En este tipo de productos, una misma marca puede emplear diferentes semillas, ya que los productores eligen cuál de ellas utilizar.

En la presente investigación se analizaron nueve aceites vegetales comestibles, siete puros de maíz, seis puros de girasol, y dos puros de canola; se tomaron como base las normas oficiales de calidad correspondientes, así como las específicas para cada tipo de aceite.

¿Qué aspectos fueron evaluados?

Contenido neto: se verificó que el contenido del producto declarado en la etiqueta correspondiera con el contenido real. La Norma respectiva permite hasta un faltante máximo de 15 ml.

Ausencia de rancidez: la evaluación de este parámetro es fundamental, ya que el aceite al calentarse debe estar exento de olor y sabor desagradables. Es necesario aclarar que el aceite tiene mayor posibilidad de enranciarse una vez que se ha abierto, debido a su exposición al aire y a la luz.

Pureza: se observó que las muestras no presentaran residuos de solventes ni otras sustancias empleadas durante el proceso de refinación que pudieran afectar la calidad del producto; además se verificó que no estuvieran alteradas con otros tipos de aceite.

Veracidad del etiquetado: se comprobó que los aceites incluyeran la información al consumidor completa, además de que cumplieran cabalmente con lo declarado en su etiqueta respecto a los componentes del producto (cantidad de ácidos grasos).

¿Qué conclusiones se obtuvieron?

En este estudio destaca el hecho de que 16 marcas de las 24 que se evaluaron resultaron con excelente calidad en todos los parámetros, lo que indica que en la elaboración de los aceites comestibles existe un adecuado control de calidad.

Asimismo, sólo el 25 por ciento de los productos sometidos a prueba no cumplieron con lo declarado en su etiqueta en lo que se refiere a composición de ácidos grasos saturados y poliinsaturados (de lenta y fácil asimilación, respectivamente), y sólo una se encuentra fuera de norma en contenido neto.

Es importante mencionar al lector que, desde el punto de vista nutricional, es preferible elegir aceites cuyo contenido de ácidos grasos poliinsaturados sea mayor, como el de girasol.

Las calificaciones parciales de cada una de las pruebas y las evaluaciones globales obtenidas por cada marca de aceite participante se muestran en las siguientes tablas. Si usted desea obtener más detalles respecto a las pruebas aplicadas puede comunicarse a la Coordinación General de Investigaciones a los teléfonos 549-91-07 ó 544-92-75.

Recomendaciones para usar adecuadamente el aceite comestible

La calidad de un aceite se puede determinar por su sabor y por el tiempo que tarda en quemarse y desprender humo: mientras más largo sea ese lapso, el aceite será mejor, ya que al quemarse rápidamente este producto forma sustancias que, además de conferirle olores y sabores desagradables, resultan nocivas para el organismo.

Para obtener mayor provecho de los aceites comestibles y evitar algunos riesgos, le sugerimos tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Evite exponer el aceite a la luz directa del sol, especialmente el de soya, porque se puede enranciar.
- Procure no reutilizar el aceite que se haya quemado en la sartén, pues posiblemente contenga sustancias tóxicas.

Cuando el aceite se calienta hasta el punto de humear existe el riesgo de que se incendie y el humo irrite las vías respiratorias y los ojos, además de contaminar los alimentos.

- No vacíe el aceite usado en su envase original, pues además de ensuciar el producto limpio, puede acelerar su proceso de enranciamiento.
- Es conveniente que el aceite permanezca siempre tapado; el oxígeno del aire también provoca rancidez.
- No guarde este producto en recipientes metálicos; tampoco lo deje en cacerolas ni sartenes, ya que al contacto con el aire se acelera su proceso de descomposición.

La importancia del aceite en la salud

Existen algunos ácidos grasos que son esenciales y que deben ser incluidos en la dieta porque el organismo no los elabora; dichos ácidos están presentes en algunas semillas que se emplean en la producción de los aceites.

Los ácidos grasos que contienen los aceites se clasifican en: saturados, monoinsaturados y poliinsaturados.

Los ácidos grasos saturados pueden resultar dañinos para la salud porque aumentan la concentración del colesterol en la sangre. Los poliinsaturados se asimilan con mayor facilidad, agilizan el transporte del colesterol a lo largo del torrente circulatorio, impidiendo que se acumule en las paredes de las venas y las arterias, lo que contribuye a disminuir las afecciones cardiovasculares. Además influyen positivamente en la coagulación de la sangre.

Investigaciones recientes han demostrado que los ácidos grasos monoinsaturados, como el ácido oleico que se encuentra en el aceite de oliva y de canola, favorecen la disminución del colesterol sanguíneo.

Tipos de aceites

Aceite de maíz: su gran demanda en la industria alimentaria se debe a la creciente importancia de los ácidos grasos poliinsaturados en la dieta. Este aceite se utiliza para freír y en la elaboración de margarinas. El grano de maíz contiene tan sólo del 3 al 7 por ciento de aceite, por lo que su costo es elevado.

Aceite de girasol: este aceite es muy apreciado porque resalta el sabor natural de los alimentos, ya que no les agrega otro sabor; también se utiliza en la manufactura de margarinas y aderezos.

Aceite de soya: se obtiene de la leguminosa Glycine max, originaria de los países orientales. El contenido de aceite en la soya varía de 13 a 26 por ciento. Este aceite, una vez refinado, se emplea con frecuencia en la producción de margarinas y aderezos, aunque también puede usarse para freír, en ensaladas, y como medio de cobertura de pescados enlatados.

Aceite de canola: la canola contiene aproximadamente entre 40 y 45 por ciento de aceite, 20 ó 25 por ciento de proteínas, y 25 por ciento de carbohidratos. La composición típica de ácidos grasos de dicho aceite tiene como particularidad el alto contenido de ácido linolénico -ácido graso esencial-, el cual es comparable al del aceite de soya.

En general, el aceite de canola se encuentra en un nivel intermedio en cuanto al contenido de ácidos grasos poliinsaturados -30 y 35 por ciento-; sin embargo, este nivel es menor al de los aceites de soya, girasol y maíz. Por lo regular se usa para cocinar y en la elaboración de margarinas.

Clasificación de algunos alimentos según el tipo de ácidos grasos predominantes

La información de los siguientes cuadros puede resultarle útil para evitar aquellos productos con un alto contenido de grasas saturadas.

Tabla 1: Ácidos grasos

Saturados	***Monoinsaturados***	***Poliinsaturados***
Aceite de coco	Aceites de oliva,	Aceites de algodón,
Mantequilla	canola, cacahuate	cártamo, girasol,
Manteca de cacao	y ajonjolí	maíz, soya, ballena e
Manteca de cerdo	Almendra	hígado de bacalao.
Pulpa de coco	Avellana	Nuez de Castilla
	Cacahuate	
	Margarina	
	Nuez	
	Pistache	

* Se considera como contenido elevado más de 50 g de grasas por cada 100 g de alimento.
** Se considera predominantemente el tipo de ácidos grasos que representa más del 40 por ciento de las grasas.

Tabla 2: Alimentos con un contenido moderado de grasas

Ácidos grasos

Saturados	***Monoinsaturados***	***Poliinsaturados***
Carne "gorda"	Aguacate	Atún
de cordero o	Carne "gorda"	Bagre
de ternera	de cerdo o res	Sardinas
Carnitas	Guajolote	en aceite
Chicharrón	Pato	
Chocolate	Yema de huevo	
Chorizo		
Crema		
Jamón grasoso		
Mayonesa		
Queso amarillo		
Queso chihuahua		
Queso oaxaca		
Tocino		

* Se considera como contenido moderado entre 10 y 50 g de grasas por cada 100 g de alimento.
** Se considera predominantemente el tipo de ácidos grasos que representa más del 40 por ciento de las grasas.

Tabla 3: Alimentos con un contenido bajo en grasas

Ácidos grasos

Saturados	*Monoinsaturados*	*Poliinsaturados*	
Carne magra de cerdo, res o ternera	Huevo	Cherna	Arroz
Corazón de res	Pollo	Huachinango	Avena
Leche entera de vaca	Vísceras	Lisa	Frijol
Queso fresco		Mero	Frutas
Requesón		Mojarra	Garbanzo
		Ostiones	Haba
		Pulpo	Lenteja
		Robalo	Maíz
		Sierra	Tortilla
		Trucha	Trigo

* Se considera como contenido bajo hasta 10 g de grasa por cada 100 g de alimento.
** Se considera predominantemente el tipo de ácidos grasos que representa más

Fuente: Coordinación General de Investigaciones, PROFECO.

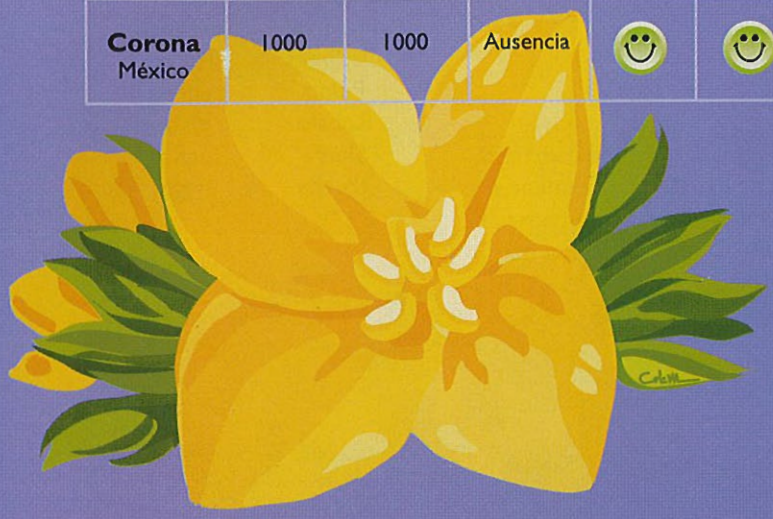
Aceite vegetal comestible (1)

Marca Origen	Contenido neto		Rancidez	Pureza	Verac. del etiquet.	Precio por litro ($)	Evaluac.	Desviaciones encontradas en el etiquetado
	Declarado (ml)	Verificado (ml)						
Hysa México	1000	1000	Ausencia	☺	☺	7.40	**100**	
Kártamus México	1000	1005	Ausencia	☺	☺	7.50	**100**	
Pirámide México	1000	1000	Ausencia	☺	☺	7.70	**100**	
Capullo México	1000	995*	Ausencia	☺	☺	9.90	**100**	
Tepeyac México	1000	995*	Ausencia	☺	☺	7.70	**100**	
Maravilla México	1000	980	Ausencia	☺	☺	7.95	**85**	Menor contenido neto a la tolerancia que permite la Norma.
As México	1000	1000	Ausencia	☺	—	7.00	**80**	No cumple con el porcentaje de componentes (ácidos grasos) declarados en su etiqueta.
Comercial Mexicana México	1000	1010	Ausencia	☺	—	7.50	**80**	No cumple con el porcentaje de componentes (ácidos grasos) declarados en su etiqueta.
Sahuayo México	1000	985*	Ausencia	☺	—	8.15	**80**	No cumple con el porcentaje de componentes (ácidos grasos) declarados en su etiqueta.

(1) Este tipo de aceite está elaborado con combinaciones de diferentes semillas.
* Se encuentran dentro de la tolerancia que establece la Norma.

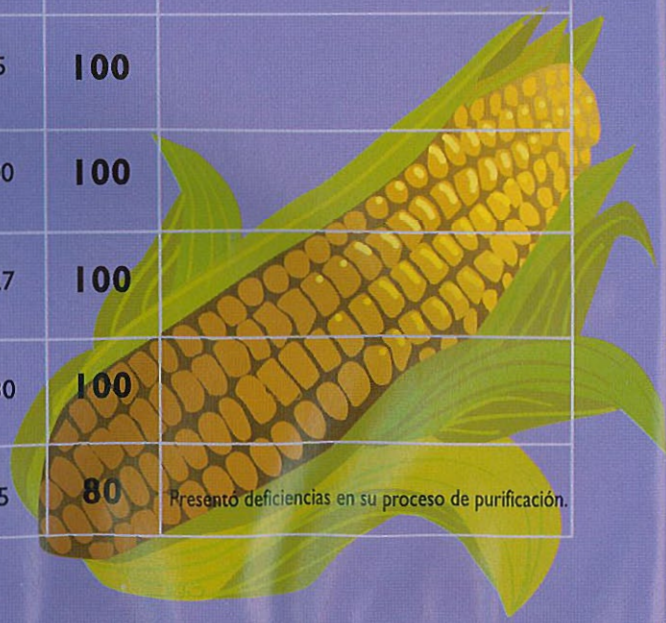
Aceite comestible puro de canola

Marca Origen	Contenido neto		Rancidez	Pureza	Verac. del etiquet.	Precio por litro ($)	Evaluac.	Desviaciones encontradas en el etiquetado
	Declarado (ml)	Verificado (ml)						
Aurrera México	1000	1000	Ausencia	☺	☺	6.90	**100**	
Corona México	1000	1000	Ausencia	☺	☺	7.70	**100**	



Aceite comestible puro de maíz

Marca Origen	Contenido neto		Rancidez	Pureza	Verac. del etiqueta.	Precio por litro ($)	Evaluac.	Desviaciones encontradas en el etiquetado
	Declarado (ml)	Verificado (ml)						
Aurrera México	1000	990	Ausencia	☺	☺	7.95	**100**	
Comercial Mexicana México	1000	1000	Ausencia	☺	☺	7.90	**100**	
Gigante México	1000	1000	Ausencia	☺	☺	7.35	**100**	
La Gloria México	1000	995	Ausencia	☺	☺	14.00	**100**	
Mazola México	1000	1000	Ausencia	☺	☺	15.27	**100**	
Dorela México	1000	1010	Ausencia	☺	☺	10.30	**100**	
Astro México	1000	995	Ausencia	☺	☹	8.15	**80**	Presentó deficiencias en su proceso de purificación.



Aceite comestible puro de girasol

Marca Origen	Contenido neto Declarado (ml)	Contenido neto Verificado (ml)	Rancidez	Pureza	Verac. del etiquet.	Precio por litro ($)	Evaluac.	Desviaciones encontradas en el etiquetado
Comercial Mexicana México	1000	1000	Ausencia			7.50	**100**	
Grano de Oro México	1000	1000	Ausencia			8.25	**100**	
1-2-3 México	1000	995	Ausencia			8.25	**100**	
Aurrera México	1000	985	Ausencia			7.45	**95**	No cumple con el porcentaje de componentes (ácidos grasos) declarados en su etiqueta.
Gigante México	1000	1000	Ausencia			8.15	**95**	No cumple con el porcentaje de componentes (ácidos grasos) declarados en su etiqueta.
Capi México	1000	1010	Ausencia			8.30	**80**	No cumple con el porcentaje de componentes (ácidos grasos) declarados en su etiqueta.

Excelente Bueno Regular Deficiente

Carta a un libro

El Comité Organizador de la 8ª Feria Nacional del Libro Infantil y Juvenil Xalapa '97 y la Procuraduría Federal del Consumidor, Delegación Xalapa, te invitan a que participes en el evento especial

"Carta a un libro"

bajo las siguientes bases:

1. Podrán participar todos los jóvenes que cursan estudios de secundaria, en los tres niveles, en escuelas públicas o privadas del estado de Veracruz.

2. El concurso consiste en escribir una «Carta a un libro», agradeciéndole el apoyo que recibiste al leerlo. (Se aceptará una carta por participante).

3. El destinatario de la carta será el «título del libro», incluyendo el nombre del autor.

4. El remitente será el participante, quien deberá anotar su nombre o un seudónimo.

5. La extensión de la carta será de una cuartilla escrita a máquina.

6. En el texto de la carta deberás incluir el fragmento del libro o frase que más te motivaron o te ayudaron, y tu recomendación para que otros jóvenes lo lean.

7. La carta tendrá que enviarse por correo, para que quede registrado el matasellos; en el sobre es necesario incluir una tarjeta con tus datos: nombre, domicilio, teléfono, grado escolar, escuela y libro al que le escribes.

8. La recepción de trabajos comenzará a partir del 20 de mayo de 1997 y el cierre de la convocatoria será el 20 de junio.

9. Todos los participantes recibirán un reconocimiento del Comité Organizador, los cuales serán entregados en la 8ª Feria Nacional del Libro Infantil y Juvenil Xalapa '97, acto que se llevará a cabo en la Preparatoria Juárez.

10. Los remitentes de las primeras 20 cartas recibidas serán premiados con un paquete especial de libros, y sus cartas serán difundidas en diversos medios de comunicación. Asimismo se dará lectura a estas 20 cartas en el programa de PROFECO «La ventana del consumo», que se transmite los sábados a las 18:00 horas por la estación XEJH Radio Acir.

11. Las direcciones a las cuales deben enviarse las cartas son: Comité Organizador, Edif. Anexo a Pensiones, Leandro Valle 3er. piso, desp. 301; o bien, Zaragoza núm. 9, 1er. piso; no olvides anotar claramente en el sobre «Evento Especial Carta a un libro». Ambos domicilios se encuentran en la Zona Centro de Xalapa, Ver., C. P. 91000.

Historietas

¿Consumo «de a peso»?

Los «pepines» o historietas se han convertido en literatura portátil ideal para amenizar el trayecto en el metro o el camión, y en excelentes divulgadores de la «narrativa aventurera». Según datos recabados por el Departamento de Información y Documentación del Museo de Culturas Populares, en nuestro país cada mes se distribuyen ¡80 millones de ejemplares de historietas!, es decir, los mexicanos gastamos alrededor de 2 mil 400 millones de pesos en comprar «monitos».

¡krack!

¡cielos!

¡pum!

¿Quiénes leen comics?

El perfil de los lectores mexicanos aficionados a este género es el siguiente: el 44 por ciento lee semanalmente alguna historieta; de dicho público cautivo, el de bajos recursos económicos constituye el 52 por ciento, mientras que las clases alta y media representan el 48 por ciento restante.

La edad de los lectores se distribuye así: el 32 por ciento son niños de entre nueve y 12 años; un 21 por ciento corresponde a adolescentes de entre 13 y 16 años; el 22 por ciento a jóvenes de 17 a 25 años; el 25 por ciento tiene más de 26 años de edad.

En cuanto al sexo de los lectores se detectó que un 51 por ciento son varones, mientras que el 49 por ciento corresponde a mujeres.

Desplazando al comic mexicano

Con una historia que sobrepasa los 100 años, la historieta mexicana vivió momentos de auge con personajes como *Los Superlocos*, *Don Catarino*, *Mamerto*, *Chupamirto*, *Las Aventuras de Adonis* y *Los Agachados*, entre otros; esplendor de la cultura popular, que hoy en día se desdibuja ante el éxito de los *comics* norteamericanos y japoneses.

En los puestos de periódicos y revistas predominan las historietas producidas por las compañías estadounidenses **Marvel** y **DC Comics**.

La editorial mexicana **VID** poseía los derechos de ambas empresas en América Latina, pero **Marvel** decidió separarse para incursionar por su cuenta en nuestro país.

Por otra parte, la presencia de historietas japonesas va en aumento. En las tiendas especializadas también es posible encontrar la producción (en inglés o en español) de otras empresas norteamericanas como **Image**, **Dark Horse** y **Valiant**.

Los aficionados al *comic* suelen coleccionar cada número de su historieta favorita y a veces están dispuestos a pagar miles de dólares por algún ejemplar «raro» o que muy pocas personas tienen, por ejemplo, el número 27 de *Detectiv Comic*, cuyo precio oscila entre 80 y 90 mil dólares; la revista *Venom* que se imprimió con una portada azul que debería ser verde, la cual cuesta 2 mil 100 pesos; o la primera edición mexicana de la muerte de *Superman*, que originalmente tenía un precio de 10 pesos y hoy se cotiza en 200.

Ricardo Cachúa, gerente de Relaciones Públicas de ComiCastle, menciona: «El *comic* es una forma de entretenimiento similar a la televisión, aunque mucha gente lo considera como subcultura; no obstante, creo que es algo que puede ayudar a los pequeños a interpretar las imágenes de una manera más gráfica».

En lo que se refiere a la supremacía del *comic* extranjero sobre las historietas mexicanas, nuestro entrevistado opina que el problema es la falta de producción nacional, que está determinada por las preferencias del público y la escasa iniciativa de los creadores.

De La Familia Burrón a Los Simpson

¿Qué sucedió con el esplendor de la historieta mexicana? Francisco Jiménez Espinosa, director de editorial VID, afirma: «Hace tiempo había buenos personajes e historias, pero no lograron mantener la atención del lector a través de los años. En su lugar comenzaron a aparecer historietas que basaron su popularidad en fórmulas sencillas: el albur, el doble sentido y dibujos de mujeres con cuerpos «esculturales», como *Traileros, Maistros, Luchadores, Libro Pasional, Casos de Alarma*, etcétera, que aunque agradan a los lectores son intrascendentes».

Ricardo Cachúa considera que «este fenómeno obedece a que las editoriales se avorazan; consideran al creador como un obrero, quien se frustra al comprobar que su trabajo sirve para que los empresarios lucren mientras él sigue ganando una miseria. Tampoco muestran interés por apoyar nuevos proyectos o creadores.

«Son raros los casos en que la misma persona lleva a cabo ambas fases del proceso creativo (guión e ilustración), ya que se requiere un elevado dominio de las técnicas de ilustración, aunado a una gran capacidad narrativa. Algunos de estos 'casos raros' son el estadounidense Harold Foster, creador de *El Príncipe Valiente*, y los mexicanos Eduardo del Río (Rius), quien dio vida a *Los Supermachos* (primera época) y *Los Agachados*, y Gabriel Vargas, autor de *La Familia Burrón*. Sin embargo, incluso en estos casos, la realización de una historieta es resultado del trabajo de un equipo creativo.

«*La Familia Burrón*, *Los Supersabios*, *Kalimán*, *Chanoc*, *Memín Pinguín*, *Rarotonga* y todos los *comics* mexicanos que tuvieron éxito, hoy son una página del pasado, pues todos ellos eran de autor. Nadie pensó en elaborar una historieta industrial, es decir, *Superman* lo puede escribir una persona hoy y otra la semana próxima, y seguirá teniendo éxito porque conserva su estructura básica. Pero *La Familia Burrón* sin Gabriel Vargas nunca tendrá la misma chispa. En la producción nacional de *comics* faltó una mentalidad empresarial».

El comic como empresa

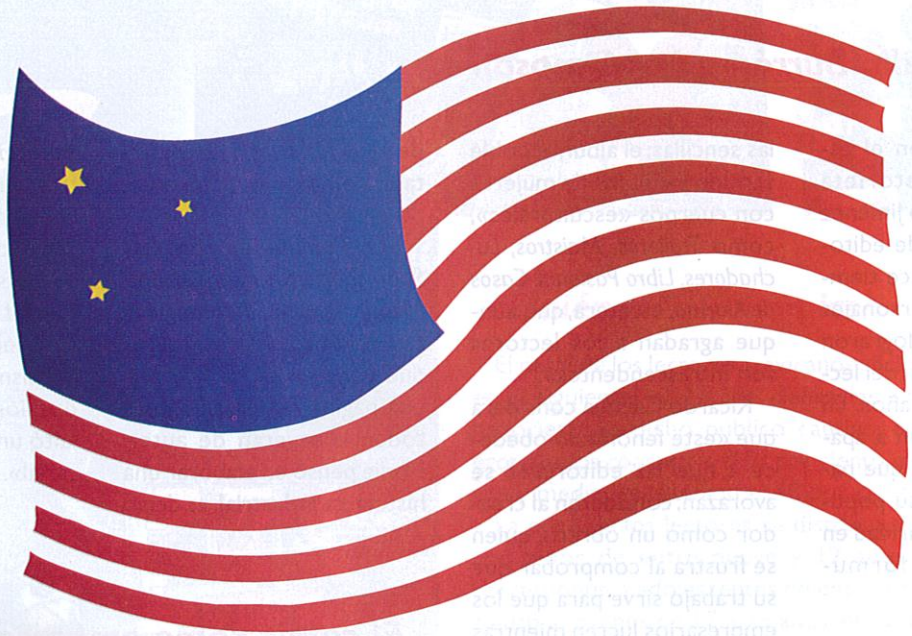
El editor Francisco Jiménez explica: «Tenemos que ser cautos: uno observa el panorama y se encuentra con creadores de *comics* mexicanos que no han tenido la respuesta que se esperaba, como *¡Ka-boom!*, de Oscar González, que se quedó en el número cero. Aunque uno sea un empresario independiente, negocios son negocios. Como editores debemos cuidar nuestra inversión. Cuesta mucho dinero y trabajo publicar una revista: el papel, las tintas y la impresión tienen elevados costos y si no se recupera cuando menos la mitad, prácticamente estás quebrado.

«El mercado marca la pauta; aún tenemos circulando revistas populares como *El Pantera*, *La Bestia* y *El Samurai*, pero si las ventas disminuyen será necesario cancelar su producción».

La historieta, a pesar del extraordinario desarrollo que han experimentado los medios de comunicación, sigue siendo uno de los productos de consumo cotidiano que se niegan a morir, como lo demuestran los 80 millones de ejemplares de «monitos» que se distribuyen mensualmente en nuestro país.

Miguel G. Prieto

Productos fraudulentos



El número de norteamericanos que confía el cuidado de su salud a personas poco calificadas resulta alarmante: al consumir productos peligrosos, un gran sector de la población está arriesgando su bienestar.

«Los promotores de los productos fraudulentos han aprendido a escabullirse de la ley, ya sea cambiando su lugar de residencia o modificando el nombre de su compañía tan pronto como surge un problema», afirma Pat Kuntze, comisionado de la Food and Drug Administration (FDA), organismo dedicado a la protección del consumidor en E. U.

«Una de las labores fundamentales de esta agencia gubernamental es concentrarse en las irregularidades más peligrosas, pero los fraudes a la salud escapan al control de cualquier organización, ya que representan un gran negocio en este país».

Datos médicos estiman que los estadounidenses gastan aproximadamente 27 billones de dólares anuales en productos y tratamientos fraudulentos.

Por su parte, la FDA afirma que 38 millones de norteamericanos utilizaron dichos productos en el último año, y una de cada diez personas que los consume padece efectos secundarios.

A continuación le presentamos una lista de los diez mayores fraudes a la salud, pero tome en cuenta que no son los únicos:

1. Productos fraudulentos contra la artritis: «Esta enfermedad afecta a cerca de 40 millones de norteamericanos, de los cuales el 95 por ciento es probable que se hayan automedicado antes de consultar al especialista», asevera el presidente del Consejo Nacional contra Fraudes a la Salud, William Jarvis.

«Los brazaletes de metal, así como los remedios chinos a base de hierbas, las sobredosis de vitaminas, el veneno de serpientes o abejas no sirven; sin embargo, como los síntomas de la artritis periódicamente se atenúan, los individuos se lo atribuyen a que utilizan dichos productos».

2. Clínicas ilegítimas contra el cáncer: La mayoría está establecida en México y promete la cura milagrosa de este mal; el tratamiento incluye sustancias no probadas, como «Lactrile» (derivada de la semilla del chabacano), vitaminas y minerales.

Las personas que acuden a esas 'clínicas' generalmente abandonan los tratamientos médicos auténticos, lo cual es particularmente preocupante, sobre todo en el caso de los niños que padecen leucemia o el mal de Hodgkins, pues con los avances médicos actuales, la posibilidad de erradicar estas enfermedades es muy elevada.

3. Remedios falsos contra el Sida: Las víctimas de males incurables son vulnerables a las falsas promesas de los charlatanes. El Sida es el principal ejemplo.

Las clínicas ilegales han proliferado en Estados Unidos, el Caribe y Europa.

Cuando escuche las palabras: «Aquí está el remedio contra el Sida», lo único que debe hacer es no caer en la trampa.

«¡Cuidado! -dice Gary Lambert, vicepresidente de Aids Action, de Baltimore-, ya que aún no existe cura contra esta enfermedad.

«Los tratamientos de esos lugares son a base de fuertes dosis de antibióticos, vacunas de tifus o tés de corteza de árboles brasileños, productos cuyas propiedades no han sido científicamente comprobadas».

4. Falsas promesas para bajar de peso: Los vendedores de productos para disminuir algunos kilos tienen un mercado potencial en los Estados Unidos, ya que aproximadamente el 25 por ciento de los americanos presenta sobrepeso.

«De acuerdo con el Consejo Nacional contra los Fraudes a la Salud, los productos fraudulentos generalmente pueden identificarse por sus mensajes, en los que prometen que usted adelgazará de manera fácil y rápida.

«Si se trata de anuncios por radio o televisión se ofrecen los teléfonos 800 para facilitar el pago del producto con tarjeta de crédito y hacer la entrega 'privada' de paquetes, ya que eso les permite a los defraudadores burlar las leyes del servicio postal», sostiene Jarvis.

Entre la amplia gama de productos engañosos pueden encontrarse parches para la piel, cápsulas de diversas plantas, píldoras dietéticas de toronja y 'mágicos' aretes chinos.

5. Panacea sexual: Los productos que prometen fortalecer la libido y aumentar el placer sexual no son nuevos.

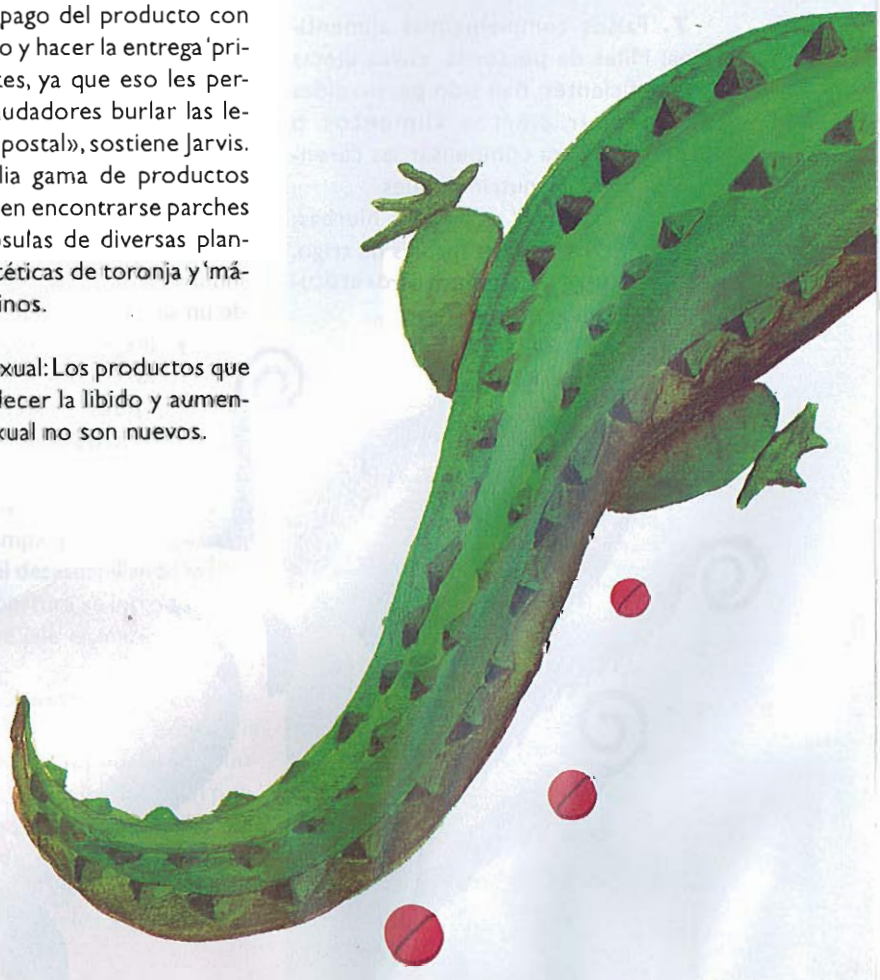
Oficiales de la FDA detuvieron recientemente a un empresario que vendía píldoras chinas de cocodrilo -supuestamente preparadas con una fórmula que data de hace 2 mil años- que acrecentaban el poder sexual en el hombre.

Asimismo, voceros de dicha organización mencionaron que los ingredientes utilizados en los productos de venta libre no han comprobado ser inocuos ni efectivos como afrodisiacos.

Un lamentable ejemplo de lo anterior son los serios riesgos a la salud que corren quienes han consumido una sustancia denominada "Cantharides" (Spanish Fly), un químico que se obtiene del escarabajo.

Por su parte la ingestión de hormonas masculinas bajo prescripción médica influye sobre el funcionamiento sexual y la libido, pero pueden presentarse efectos secundarios, por lo cual la supervisión médica es fundamental.

Lo más conveniente es que las personas con disfunción sexual acudan al especialista en vez de automedicarse.



6. Falsos remedios contra la calvicie y otros modificadores de la apariencia: Empresarios charlatanes han ganado millones de dólares apoyados en la falacia más comercial: «la fuente de la eterna juventud», que incluye remedios para hacer crecer el cabello, evitar su caída y cremas para desaparecer las arrugas.

Hasta el momento, sólo un producto estimula el crecimiento del cabello, pero únicamente funciona en cierto tipo de alopecia.

Por lo anterior, la FDA ha actuado para prohibir la venta de cualquier crema, loción u otros productos de venta libre que prometan hacer crecer el cabello o evitar su caída.

Otra sustancia que se debe mencionar es el Retin-A, que tras varios estudios clínicos ha demostrado ser efectivo para disminuir ciertas arrugas, por lo cual algunos médicos lo recomiendan. Sin embargo, los consumidores deben estar conscientes de que la FDA no ha evaluado los datos sobre la efectividad y la seguridad de las sustancias utilizadas contra las arrugas.

7. Falsos complementos alimenticios: Miles de personas, cuyas dietas son deficientes, han sido persuadidas a consumir ciertos alimentos o productos para compensar las carencias nutrimentales.

El polen, las hierbas, las cápsulas de trigo, entre otros artículos, se venden como remedios contra diversas enfermedades e insuficiencias de nutrimentos.

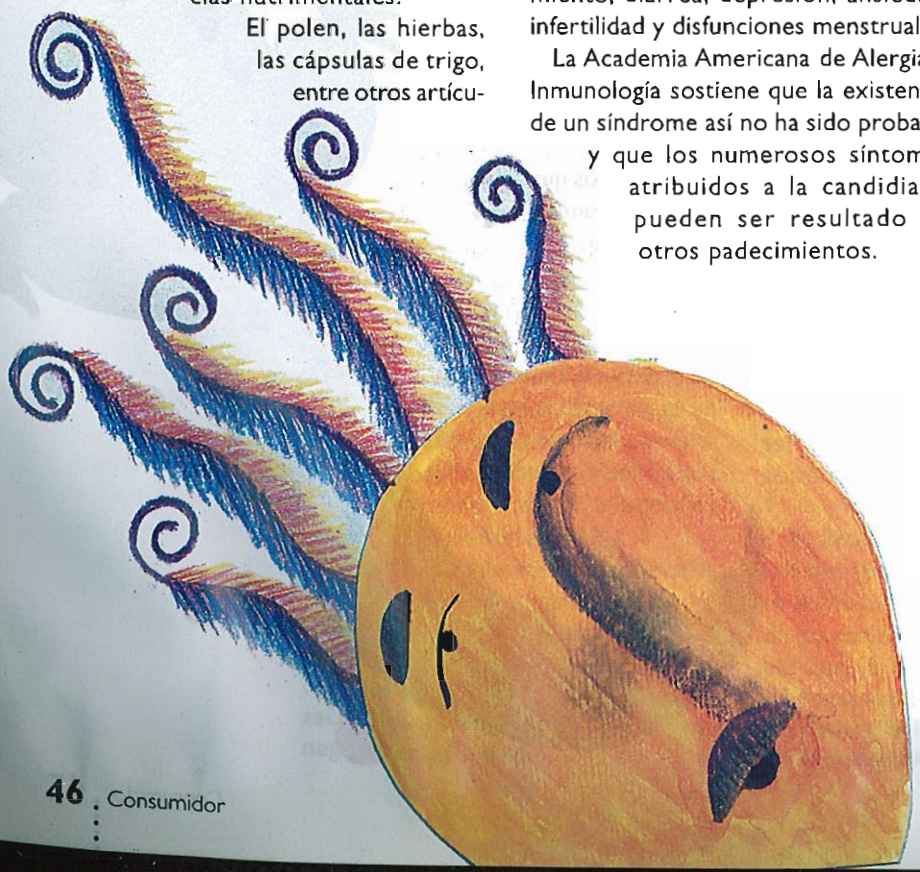
8. Uso inadecuado de aparatos para estimular los músculos: Éstos fueron un invento médico para relajar los músculos contraídos y mejorar la circulación sanguínea.

Sin embargo, desde hace algunos años los establecimientos para el acondicionamiento físico o spas les dan un uso diferente, afirmando que pueden desaparecer arrugas, reducir la medida del busto y eliminar la celulitis. La FDA considera que la promoción de los estimuladores musculares para dichos propósitos es fraudulento.

9. Candidiasis: La cándida (también conocida como «monilia») es un hongo que se aloja en áreas húmedas y cálidas del cuerpo, como la boca, el tracto intestinal y la vagina, sin embargo, su presencia rara vez afecta la salud.

Sólo cuando las defensas del organismo se debilitan, el hongo puede multiplicarse e infectar la piel y la membrana mucosa; hoy día, ciertos vendedores afirman que cerca del 30 por ciento de los americanos pueden desarrollar esta alteración fácilmente, lo cual desencadena síntomas como cansancio, estreñimiento, diarrea, depresión, ansiedad, infertilidad y disfunciones menstruales.

La Academia Americana de Alergia e Inmunología sostiene que la existencia de un síndrome así no ha sido probado y que los numerosos síntomas atribuidos a la candidiasis pueden ser resultado de otros padecimientos.



Cómo identificar a un charlatán

Los oficiales de la FDA y el doctor Stephen Barrett, reconocido experto en el estudio de la charlatanería, analizaron las frases más utilizadas por los vendedores, las cuales son una clave para que los consumidores reconozcan las falsas promesas:

• Comúnmente se citan testimonios y anécdotas de consumidores satisfechos, aunque la mayoría nunca haya tenido la enfermedad; por lo general a dichas personas se les paga para mentir.

• Se utilizan cuestionarios computarizados para diagnosticar las deficiencias nutricionales de los individuos. Las computadoras utilizadas para dicho fin están programadas para recomendar suplementos indiscriminadamente, sin considerar los síntomas o condición física del sujeto.

• El producto sirve para perder peso fácilmente: ¡cuidado con ese truco! No existe un camino fácil para adelgazar (ningún medicamento o consejo mágico), ya que se requiere de disciplina para llevar una dieta equilibrada y practicar ejercicio. Cualquier producto que prometa devolverle su peso ideal y tonificar sus músculos sin ningún esfuerzo es un engaño, advierte la FDA.

• Los vendedores prometen curas rápidas y afirman que su producto está hecho con una fórmula secreta disponible sólo en su compañía. Los verdaderos investigadores comparten sus conocimientos para que la comunidad científica conozca la información que ellos descubrieron.

Una vez que se comprueba que un tratamiento es efectivo, el sector médico puede hacer uso de él libremente, y a partir de ahí mejorarlo.

• El tratamiento o producto se anuncia en las últimas páginas de las revistas y se puede obtener únicamente pidiéndolo por teléfono, por correo o en los periódicos; asimismo suelen anunciarse por T.V.

Vanessa Prieto

Fuente: Food and Drug Administration (FDA).

Llenar con letra de molde.
No nos hacemos responsables
de suscripciones con datos
incompletos o ilegibles.

cupón de suscripción

Nombre

Dirección

Colonia

C. P.

Delegación o municipio

Estado

Teléfono

Suscripción por un año $ 130.00
Suscripción nueva
Renovación de suscripción

Forma de pago

☐ GIRO POSTAL ☐ CHEQUE

(En ambos casos a nombre de la
Revista del Consumidor)

No.

Datos adicionales
para pago con
tarjeta de crédito

visa y mastercard

Descripción de la mercancía

Tarjeta no.

Fecha de vencimiento

Importe

Fecha

Lugar

Autorización

Día Mes Año

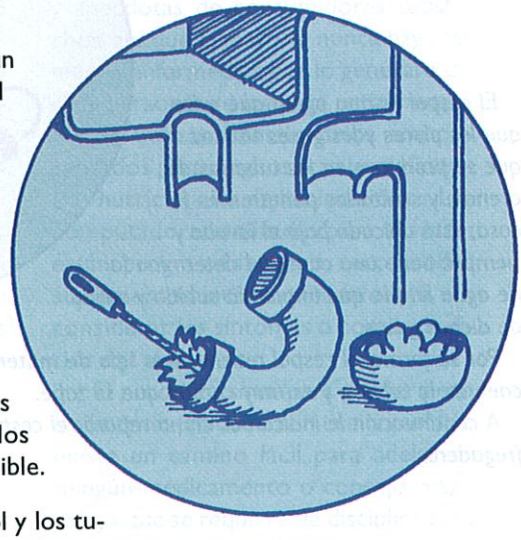
Por este pagaré me obligo incondicionalmente a cubrir a la orden de Banco Inverlat, S.A. la cantidad que aparece en el total de este título en las condiciones estipuladas en mi contrato de apertura de crédito suscrito con el Banco emisor de la misma. Negociable únicamente para instituciones bancarias.

Firma del tarjetahabiente

Aclaraciones: Perugino núm. 18,
colonia Insurgentes Extremadura,
delegación Benito Juárez, México, D. F.,
C. P. 03740, tels: 598-67-81, 611-73-79 ó 611-75-23.

Cómo limpiar el cespol sin trampa de limpieza

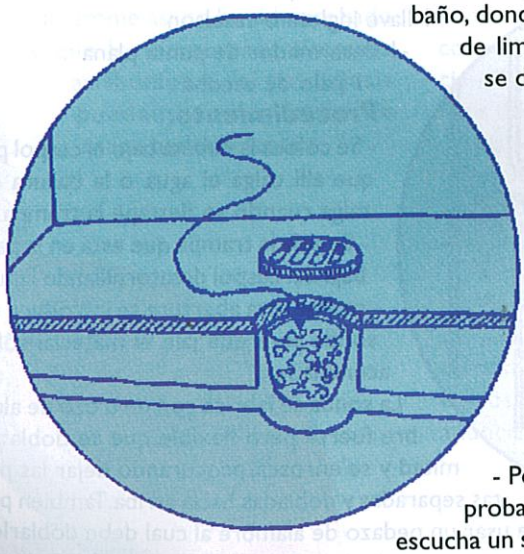
- Ponga una cubeta grande bajo el cespol para que allí se depositen el agua y la basura que caigan.
- Zafe las tuercas que unen el cespol con el mueble del lavabo y la pared. Para hacerlo emplee una llave inglesa o steelson.
- Vacíe el contenido del cespol en la cubeta.
- Con una escobeta o un trozo de tela limpie el interior del cespol utilizando un desarmador o cualquier palo; procure que dicho objeto salga por la otra boca o extremo del cespol.



- Aproveche que están los otros dos tubos abiertos para limpiarlos hasta donde le sea posible.
- Enjuague bien el cespol y los tubos y ensamble todas las piezas nuevamente en su lugar.

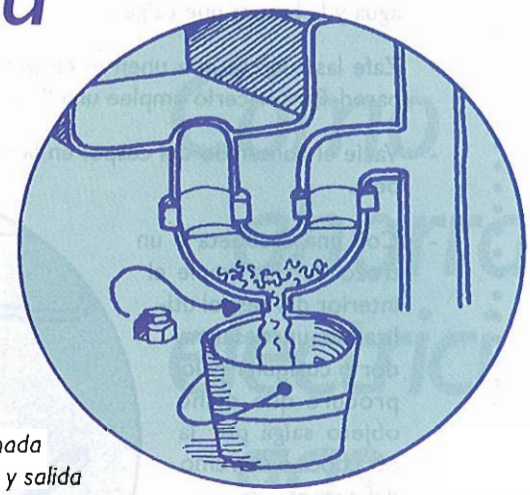
Cómo limpiar el cespol de piso

Generalmente se encuentra en la coladera del baño, donde está la regadera. Sólo las tapas de limpieza son visibles y para asearlo se debe:



- Colocar alrededor de la tapa del cespol una jerga o cualquier trapo que absorba el agua que saldrá cuando la retire.
- Zafar cuidadosamente la tapa y quitar los cabellos y basura acumulados. Para facilitar esta tarea se puede utilizar la sonda descrita anteriormente.
- Posteriormente verter agua y comprobar si corre sin problemas. Si no se escucha un sonido claro al pasar el agua, introducir nuevamente la sonda y limpiar hasta que el tubo quede libre de obstáculos.
- Lavar la tapa del cespol o coladera y colocarla en su lugar.

Cómo reparar su Lavabo



El cespol es una pieza que evita que los olores y los gases tóxicos que se producen en las tuberías de drenaje y sanitarios penetren en la casa; está ubicado bajo el lavabo y siempre tiene una cantidad determinada de agua limpia que impide la subida y salida de dichos gases.

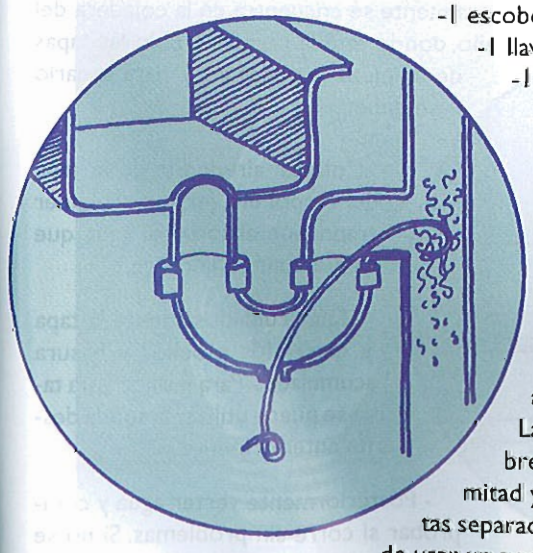
Por su forma, el cespol retiene todo tipo de materiales o basura que caen en la tubería y es muy común que se tape.

A continuación le indicamos cómo reparar el cespol de lavabos y fregaderos.

Cómo limpiar el cespol con trampa de limpieza

Materiales

-1 cubeta
-1 trozo de alambre flexible o alambre guía
-1 escobeta o trapo
-1 llave inglesa o steelson
-1 desarmador de punta plana
-1 palo de escoba



Procedimiento:

- Se coloca la cubeta bajo el cespol para que allí caiga el agua o la basura que salga cuando se destape la trampa.
- Se zafa la trampa que está en la parte baja del cespol desatornillando la tuerca. Por esta abertura se introduce una sonda para que jale el material sólido acumulado.

La sonda se fabrica con un trozo de alambre fuerte pero flexible que se dobla a la mitad y se enrosca, procurando dejar las puntas separadas y dobladas hacia arriba. También puede usar un pedazo de alambre al cual debe doblarle el extremo superior en forma de lazo y el inferior en forma de «U».

- Enjuague el cespol y la trampa y vuelva a colocarla en su lugar.

A grandes males... grandes remedios:

¿Ignora cuáles son los derechos que la ley le otorga?

¿Compra "a ciegas" pues no sabe ni cómo ni dónde adquirir artículos más baratos?

Suscríbase a la Revista del CONSUMIDOR

Con sólo $130.00 usted puede suscribirse por un año y obtener información de amplia utilidad para su presupuesto familiar

El porte será pagado por:

PRIMERA CLASE
PERMISO POSTAL
No. 3505
MÉXICO, D. F.

Administración de Correos núm. 44,
C. P. 03001, México, D. F.

Correspondencia con derechos por cobrar. Solamente servicio nacional.

cupón de suscripción

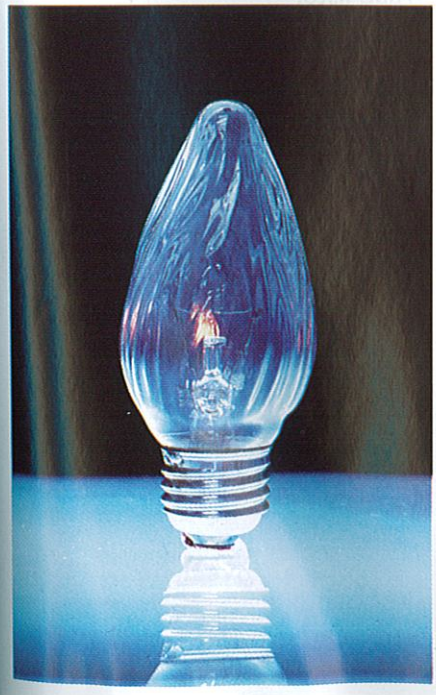
Cómo ahorrar electricidad, gas y agua

Luz

A veces, los principales enemigos de nuestra economía somos nosotros mismos, pues desperdiciamos diferentes recursos que son indispensables en la vida cotidiana, como la energía eléctrica, el gas y el agua.

Aquí le ofrecemos numerosos y prácticos consejos para ahorrar estos recursos energéticos y favorecer su presupuesto:

En electricidad, ¡dé luz a su economía!



-Procure juntar una cantidad determinada de ropa y plancharla toda, comenzando por las prendas de algodón, que requieren más calor: así gastará menos electricidad. Evite dejar la plancha enchufada mientras usted hace otra cosa. Es conveniente planchar de día, pues de noche se requiere más la energía eléctrica para el alumbrado público e interior de casas habitación, oficinas, comercios, fábricas, etcétera.

-Le sugerimos que no abra constantemente la puerta del refrigerador. Para saber si el aparato mantiene una hermeticidad aceptable, coloque una hoja entre la puerta y el marco. Cierre la puerta y jale la hoja: si ésta sale sin dificultad seguramente el aire frío se está escapando. Al mantener el aparato libre de escarcha, éste enfriará mejor los alimentos y consumirá menos energía.

Baje el termostato hasta donde sea posible.

-No coloque el refrigerador junto a la estufa o el horno, porque el calor que generan estos últimos provocará que consuma más electricidad.

-Si pone a funcionar la lavadora semivacía estará desperdiciando energía: procure llenarla hasta el máximo permitido.

-Apague la cafetera y los enfriadores de agua cuando no se necesiten.

-Sustituya los focos de 100 watts por unos de 60 o menos, de acuerdo con las necesidades de iluminación. Mantenga las bombillas limpias para que proyecten su luminosidad máxima.

-Es aconsejable apagar la luz de las áreas donde no haya nadie, así como la radio y la televisión si no hay quien les ponga atención.

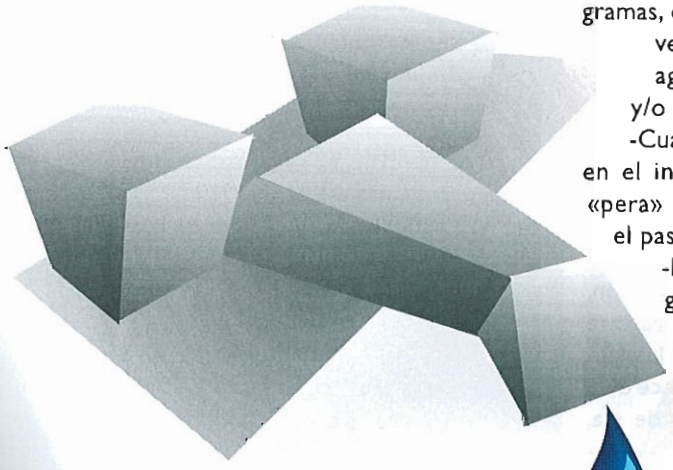
-Recuerde que los focos tradicionales gastan más energía que los tubos y las lámparas fluorescentes; conviene sustituirlos en donde se requiere iluminación por más tiempo: baños, cocina, patios, oficinas y pasillos, pues duran diez veces más y consumen menos de la tercera parte de la electricidad que un foco incandescente.

-Una buena opción es acondicionar las habitaciones con cortinas, techos y paredes de colores claros, lo que le dará mayor iluminación al ambiente.

-Al cambiar los apagadores y los contactos defectuosos evitará que se dañe la instalación y las fugas de corriente.

-Si al conectar un aparato doméstico de relativa potencia disminuye la intensidad de las luces de su casa, es seguro que hay una falla en la instalación eléctrica o en el aparato. Le sugerimos que haga una prueba: desconecte todos los aparatos eléctricos y apague las lámparas; desconecte también el timbre. Observe entonces el disco medidor: si no gira es señal de que la instalación se encuentra en buen estado, pero si continúa trabajando es que existe una fuga considerable de corriente. En ese caso, recurra al electricista: no intente reparar el desperfecto usted mismo.

Agua



Agua que no ha de beber... ¡ahórrela!

-Haga limpieza de los pisos y del patio con cubeta y trapeador; hacerlo con manguera representa un grave desperdicio.

-Use su lavadora cuando tenga una carga suficiente de ropa; si es de programas, elija el más corto; puede aprovechar el agua sucia que se desagüe para lavar el piso del patio y/o banqueta.

-Cuando detecte una fuga de agua en el inodoro sustituya la válvula o «pera» para que selle perfectamente el paso.

-Mantenga en buen estado los grifos: cada goteo supone al menos un desperdicio diario de siete litros de agua.

-No se exceda en agua ni tiempo al bañarse; cinco minutos bajo el chorro de la regadera son más que suficientes.

-Al abrir la regadera y en tanto se regula la temperatura del agua, coloque una cubeta para darle un uso posterior a ese líquido; también puede colocar otra junto a usted para que se llene mientras se baña.

-Mantenga la regadera cerrada mientras se enjabona.

-Con un vaso de agua puede enjuagarse la boca. No es necesario dejar abierta la llave mientras se cepilla los dientes. Al rasurarse haga lo mismo.

-Enjabone todos los trastes de una vez; enjuáguelos rápidamente y no deje correr el agua hasta tener otro grupo listo.

-Lave las verduras en una cubeta con agua limpia y abra la llave sólo para el enjuague final.

-No lave su automóvil con manguera: una cubeta de agua y una jerga es suficiente.

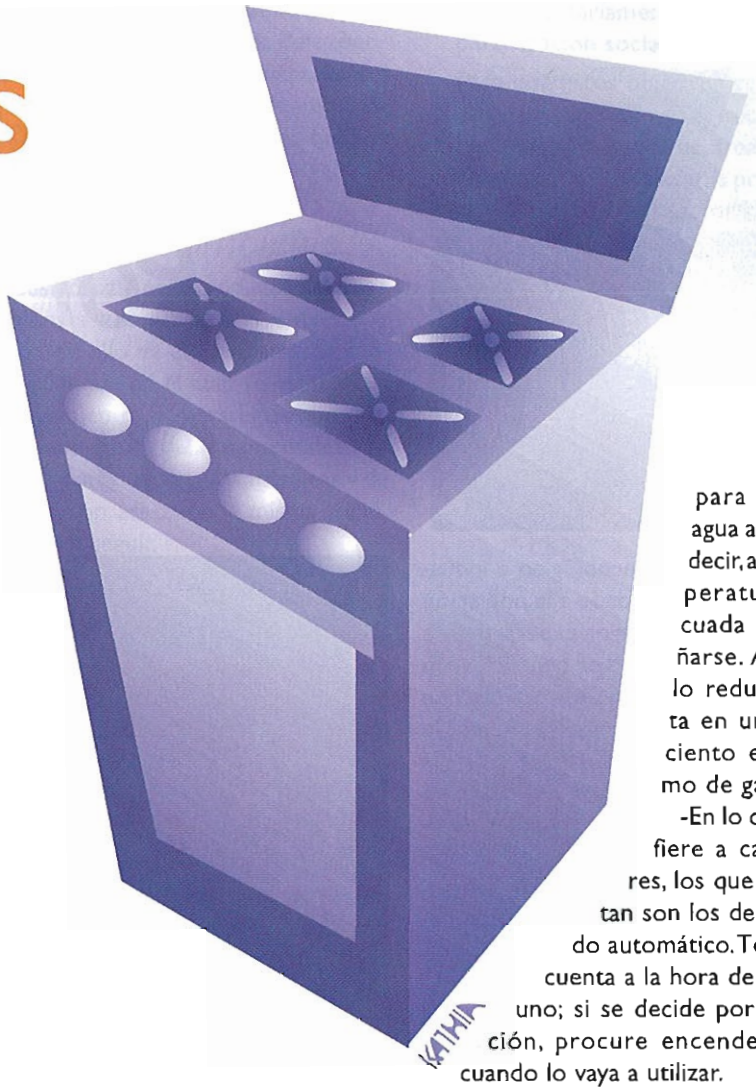
-No utilice el excusado para tirar papeles ni líquidos. Evitará desaguarlo frecuentemente.

-Vigile el funcionamiento de su medidor de agua, así identificará con mayor facilidad si en su vivienda hay fugas.

-Evite la evaporación excesiva; riegue su jardín por la noche o muy temprano.

¡Vamos aprovechando, vamos ahorrando!

Gas



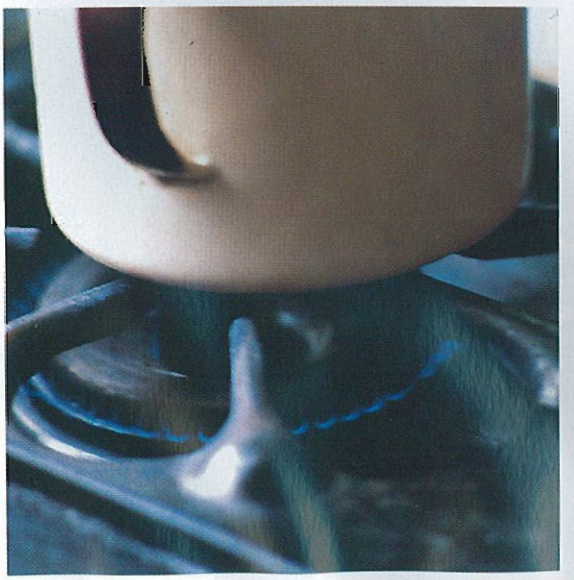
En gas: no gaste de más

-Para que el piloto de la estufa cumpla su función y no queme mucho gas, regule su flama al mínimo. Esto se consigue ajustando con un desarmador el tornillo respectivo. Además debe mantenerse siempre limpio. Con estos cuidados usted estará consumiendo menos gas, y conservará las ventajas de dicho dispositivo de seguridad y del encendido automático.

-Una solución más radical consiste en cerrar el piloto (utilice un desarmador para cerrar por completo la conexión).

-Si va a calentar algo en un recipiente pequeño, no utilice los quemadores grandes, procure emplear el quemador conveniente en cada caso y evite que las flamas estén al máximo. El uso de recipientes más amplios que la base de los quemadores permite aprovechar mejor las flamas.

-Use recipientes con tapa o improvísela, si no la tiene, ya que las ollas abiertas pierden calor y exigen un mayor consumo de gas.



-Cocinar en la olla de presión le permitirá ganar tiempo y dinero, pues reduce la cocción de los alimentos a una cuarta o quinta parte.

-Si va a calentar comestibles en varios recipientes, aproxímelos a la hornilla para aprovechar el calor.

-Mientras cocine, evite en lo posible la apertura de puertas y ventanas: la irrupción de aire frío aumenta el tiempo de cocción de los alimentos y el consumo de gas.

-Al calentar agua también se desperdicia mucho gas. Ciertas precauciones pueden evitar el uso indebido del calentador. Por ejemplo, se requieren sólo 15 minutos para calentar agua a 45° C, es decir, a una temperatura adecuada para bañarse. Al hacerlo reducirá hasta en un 50 por ciento el consumo de gas.

-En lo que se refiere a calentadores, los que más gastan son los de encendido automático. Téngalo en cuenta a la hora de comprar uno; si se decide por esta opción, procure encenderlo sólo cuando lo vaya a utilizar.

-Elija un calentador adecuado a las necesidades reales de la familia: en viviendas con un solo baño y un grupo familiar de cuatro a seis personas, un calentador con capacidad de 24 litros o, excepcionalmente, de 40 litros, es suficiente.

-Procure forrar las tuberías con cartón corrugado, envolviéndolas luego con hojas de aluminio laminado. Es un recurso barato y fácil que permite conservar la temperatura, y por lo tanto disminuir el consumo de gas.

-No sólo por economía, sino por elementales medidas de seguridad, verifique que no existan fugas. Los puntos a los que hay que prestar atención son las bocas de conexión de los artefactos y -en su caso- la válvula o el quemador: empápelos con una esponja o trapo embebido en jabonadura (prepárela con detergente común); si al hacerlo aparecen burbujas, es señal de que allí existe una fuga. Repárela de inmediato.

Día Mundial del Medio Ambiente

Por la vida en la Tierra

El desarrollo tecnológico e industrial le ha brindado a la población mundial una mayor expectativa de vida, entre muchos otros beneficios, sin embargo, dichos avances a su vez han provocado graves daños al medio: la contaminación del aire, del agua de los ríos, los mares y los lagos, y la extinción de numerosas especies animales y vegetales. Esta situación ha llevado a organismos internacionales en favor del cuidado del ambiente a tomar medidas que contribuyan a resolver esos problemas.

Una de las acciones más representativas es la celebración del «Día Mundial del Medio Ambiente» cada 5 de junio, evento auspiciado por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), y cuyo lema para este año es: Por la vida en la Tierra.

Estrategias proambientales

Aun cuando el PNUMA se creó en 1972, no fue sino 20 años después cuando se le reconoció oficialmente y se le consideró como el principal instrumento con que cuenta la comunidad mundial para crear conciencia respecto a las situaciones que están deteriorando las condiciones ambientales.

Es por ello que el PNUMA orienta las políticas ambientales de la comunidad mundial, particularmente en lo que se refiere a:

- La evaluación del cambio ambiental y su relación con las fuerzas impulsoras socioeconómicas, así como su impacto sobre el bienestar humano y la integridad de los sistemas naturales.

- La identificación de asuntos emergentes de significación mundial.
- Fomentar el consenso respecto a los problemas ambientales, así como el desarrollo de políticas que apoyen las estrategias para solucionarlos.
- Influir en los gobiernos y sus organismos, las instituciones científicas privadas y los grupos comunitarios para que realicen acciones en favor de la conservación del ambiente.

Con dichas estrategias el PNUMA ha intervenido en la solución de problemas ambientales, como el rescate de especies y su hábitat, la protección de los recursos de la Tierra, confrontar el desafío tóxico, evitar la contaminación del agua y el deterioro de la capa de ozono.

Otra de las labores fundamentales del PNUMA es la distribución de información a través de los diferentes medios de comunicación.

México y el ambiente

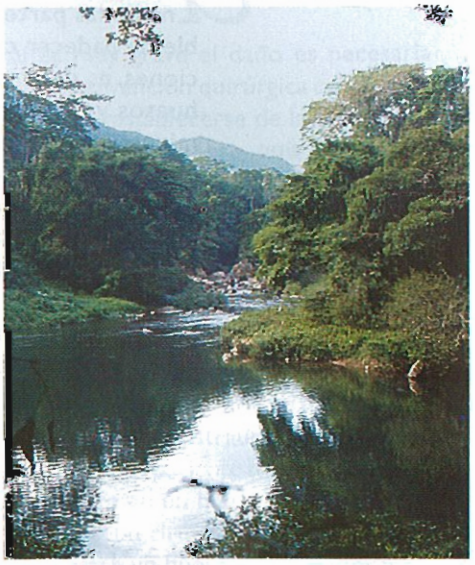
Nuestro país no es indiferente a los problemas que afectan al entorno y prueba de ello es el Programa de Medio Ambiente, en el cual se establecen los lineamientos y estrategias que tanto dependencias gubernamentales, industriales, instituciones académicas y de investigación, así como la misma sociedad deben seguir.

Este programa tiene como objetivo general frenar las tendencias de deterioro del ambiente, el ecosistema y los recursos naturales, y sentar las bases para un proceso de restauración y recuperación de la ecología, que permita promover el desarrollo económico y social de México.

Sus objetivos particulares son:

- Reforzar las tareas de conservación y aprovechamiento de la biodiversidad, obtener una mayor participación y corresponsabilidad de la ciudadanía, y ampliar el número de áreas naturales protegidas.
- Fortalecer la regulación y promoción ecológica a nivel urbano y regional, tomando en cuenta las nuevas necesidades de los ecosistemas y recursos naturales.
- Actualizar la regulación respecto al medio y promover nuevos mercados y sectores económicos que se orienten al desarrollo de una infraestructura ambiental.
- Que la sociedad resuelva y participe activamente en la creación y aplicación de leyes, así como en nuevos sistemas de información, y descentralizar la gestión ambiental.
- En el ámbito internacional es importante que nuestro país aproveche las oportunidades de cooperación y financiamiento, así como la presencia activa y el desempeño eficaz de las actividades.
- Hacer que se cumpla la legislación ambiental mediante inspecciones y vigilancia, así como fomentar que se cumplan voluntariamente las normas y la participación social.

Para que estos objetivos generales y particulares se alcancen es necesario incrementar el número de áreas naturales protegidas, diversificar la producción y vida silvestre en el sector rural, proteger las zonas y ecosistemas costeros, actualizar la legislación ambiental, reducir y manejar con seguridad los residuos peligrosos, desarrollar un sistema nacional de información ambiental, promover programas académicos de formación ambiental a nivel nacional y la participación de la sociedad en beneficio del entorno, entre otras estrategias.



Consumidores ecologistas

Amigo lector, usted puede contribuir a mejorar el ambiente y ser un consumidor ecologista. Lo invitamos a razonar y tomar conciencia de que muchos de los bienes o servicios que consume afectan negativamente nuestra ecología; por eso es importante modificar nuestros hábitos de consumo y evitar que el futuro se consuma en nuestras manos.

Este Día Mundial del Medio Ambiente y todos los días hay que reflexionar y contribuir a mejorar el mundo que nos rodea. ¿No lo cree usted?

Graciela Muñoz

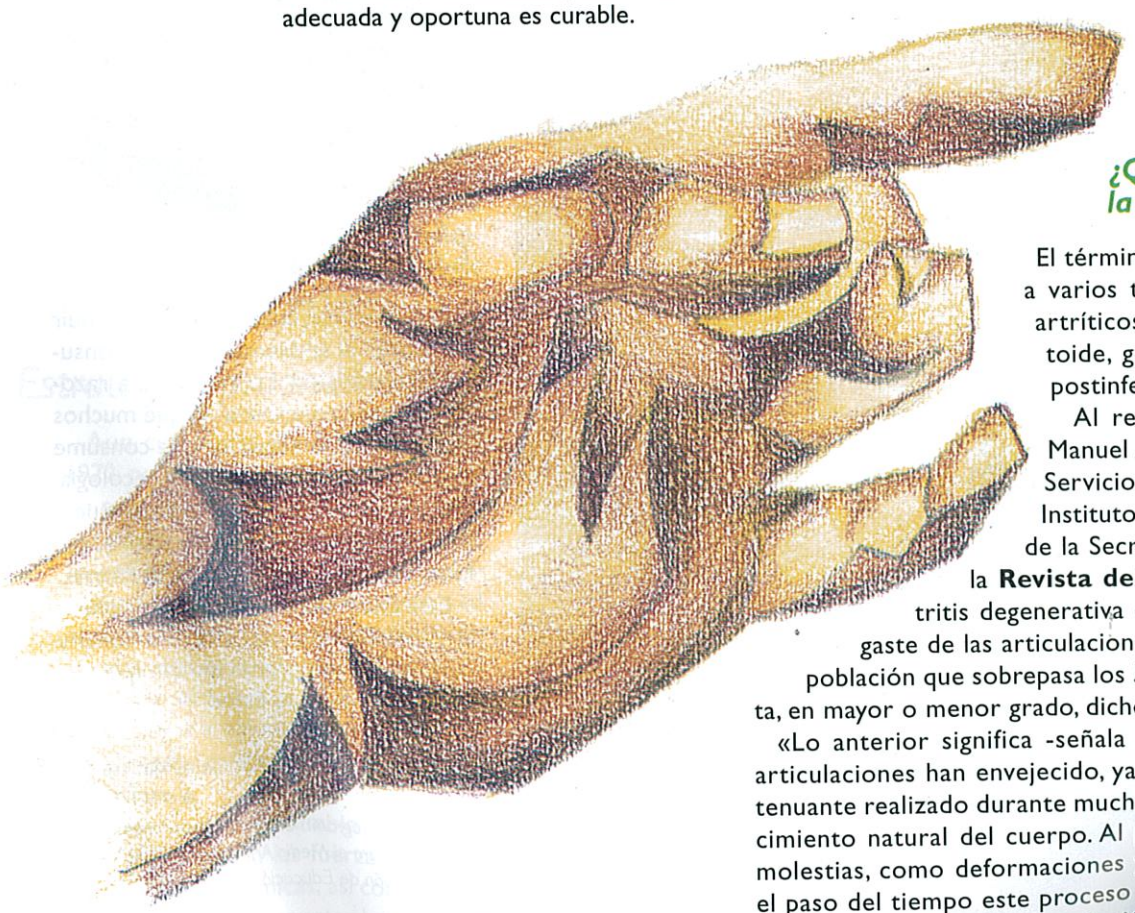
Fuentes: -Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).
-Coordinación de Educación para el Consumo, PROFECO.
-Coordinación de Investigación y Divulgación, PROFECO.

No se deje consumir por la artritis

Una de las partes de nuestro cuerpo que es susceptible de padecer ciertas enfermedades son las articulaciones, es decir, aquellas zonas donde se unen dos o más huesos y que son precisamente las que permiten el movimiento de los mismos.

Las articulaciones están formadas por tejidos que, a su vez, están constituidos por músculos, ligamentos, cápsulas articulares, tendones, y estructuras más sencillas, como los meniscos.

Estas delicadas áreas de la anatomía humana son víctimas de un padecimiento que muchas veces nos orilla a «consumirnos» en la inactividad y en el desconsuelo: la artritis, enfermedad que si se atiende en forma adecuada y oportuna es curable.



¿Qué es la artritis?

El término en realidad se refiere a varios tipos de padecimientos artríticos: degenerativo, reumatoide, gotoso, postraumático y postinfeccioso.

Al respecto, el doctor José Manuel Aguilar Zepeda, jefe del Servicio de Cirugía Articular del Instituto Nacional de Ortopedia, de la Secretaría de Salud, indica a la **Revista del Consumidor**: «La artritis degenerativa es el resultado del desgaste de las articulaciones. La mayor parte de la población que sobrepasa los 50 años de edad presenta, en mayor o menor grado, dicho problema.

«Lo anterior significa -señala el especialista- que las articulaciones han envejecido, ya sea por un trabajo extenuante realizado durante muchos años o por el envejecimiento natural del cuerpo. Al principio surgen ligeras molestias, como deformaciones y dolor leves, pero con el paso del tiempo este proceso degenerativo afecta severamente a los pacientes de 60 ó 70 años de edad, a quienes debe proporcionárseles un tratamiento especial.

«La artritis reumatoide es originada por una enfermedad inmunológica, la cual desencadena un proceso inflamatorio en las articulaciones y, a diferencia de la degenerativa, puede iniciarse a muy corta edad (desde los 15 ó 20 años). Para determinar si un paciente ha adquirido dicha afección es indispensable someterlo a una serie de exámenes de laboratorio.

«La artritis reumática tiene efectos más traumáticos que la degenerativa, pues incapacita en mayor medida a las personas porque afecta las rodillas, las manos, la columna y la cadera; las deformaciones son más pronunciadas y el dolor más agudo».

Por su parte, el doctor Juan Manuel Miranda León, jefe del Departamento de Reumatología del Hospital «La Raza», del IMSS, nos explica: «La artritis gotosa se asocia con niveles elevados de ácido úrico. Los cristales formados por esta clase de ácido viajan y se depositan en las articulaciones y éstas inician un proceso de desgaste, que causa dolor y deformaciones.

«La artritis postraumática -indica nuestro entrevistado- es la inflamación de una articulación debido a un traumatismo; la mayoría de las veces es la secuela de una fractura atendida inadecuadamente: la articulación sufre una descompensación al no estar en su posición natural, por lo que se inicia un proceso de desgaste.

«La artritis infecciosa es aquella en la que el individuo desarrolla una infección o absceso en alguna de las articulaciones. Dicha afección se manifiesta con un dolor muy intenso y requiere de una intervención quirúrgica de emergencia, porque de lo contrario las consecuencias son graves.

«Esta clase de infección se contrae comúnmente por vía hemática, es decir, a través de la sangre. Por ejemplo, cuando una persona sufre de caries dental y no se atiende debidamente, la bacteria viaja a través del torrente sanguíneo y se aloja en alguna coyuntura o articulación».

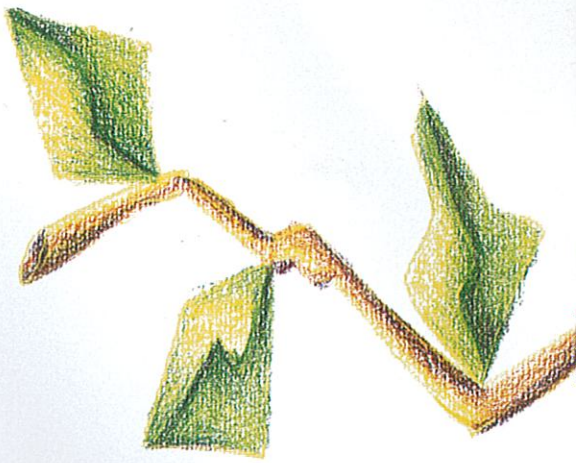
A quién acudir

La artritis debe ser atendida por un médico especialista -un cirujano ortopedista y traumatólogo-, quien podrá apoyarse en la opinión del médico reumatólogo, el fisioterapeuta y el endocrinólogo.

«Para tratar la artritis degenerativa -explica el doctor Aguilar Zepeda- el médico debe prescribir antiinflamatorios al paciente, controlar su peso, e incluirlo en un programa de rehabilitación o fisioterapia que le permita desarrollar sus actividades cotidianas.

«Cuando esta clase de artritis está muy avanzada se recurre al tratamiento quirúrgico, el cual consiste en colocar prótesis intrarticulares.

«Para quienes sufren de artritis reumatoide es fundamental el apoyo de un especialista en reumatología y fisioterapia, ello con el fin de mejorar el funcionamiento de las articulaciones dañadas.



Si es muy grave el daño es necesaria una intervención quirúrgica correctiva.

«Para restablecerse de la artritis gotosa es importante que el médico internista controle los niveles de ácido úrico por medio de una dieta.

«En el caso de la artritis infecciosa, como se señaló anteriormente, el diagnóstico y la pronta intervención quirúrgica son invaluables; los síntomas de este padecimiento son fiebre y dolores intensos en la articulación dañada.

«La artritis postraumática se puede prevenir. Si el paciente tuvo una luxación o fractura en un hueso, debe ser atendido por un cirujano ortopedista, nunca acuda a un huesero o 'sobador'».

Algunas recomendaciones

Todos los tipos de artritis se manifiestan con dolor y deformaciones en las articulaciones, por eso para prevenir y/o controlar mejor este padecimiento, los especialistas le sugieren:

- Realizar ejercicio con regularidad.
- Mantener una alimentación balanceada.
- Tomar baños de sol (en forma moderada) pues mejoran la calidad de la estructura ósea. Evitar el exceso de peso.

Y no lo olvide: una atención adecuada y oportuna es la mejor forma de mantener su salud.

Miguel G. Prieto

Fuentes: -Secretaría de Salud.
-Instituto Mexicano del Seguro Social.

¡El consumidor quiere mejorar su revista!

Porque usted es nuestro mejor reportero, nos interesa saber qué opina sobre la información que mensualmente elaboramos y qué temas le gustaría que incluyéramos en las siguientes ediciones. ¡Participe con nosotros para mejorar ésta su **Revista del Consumidor**!
De antemano agradecemos su colaboración y tomaremos en cuenta sus comentarios y sugerencias.

1. ¿Desde hace cuánto tiempo lee la Revista del Consumidor?
   - ○ Menos de un año
   - ○ 1 a 3 años
   - ○ 3 a 5 años
   - ○ Más de 5 años

2. ¿Cuántas Revistas del Consumidor acostumbra leer al año?
   - ○ Todas (12 revistas)
   - ○ La mayoría (7 a 11 revistas)
   - ○ Algunas (2 a 6 revistas)

3. De la Revista del Consumidor usted lee...
   - ○ Todo ○ Sólo una parte ○ Únicamente la hojea

4. Además de usted, ¿cuántas personas leen la revista?
   - ○ Una ○ Dos ○ Tres
   - ○ Cuatro ○ Cinco o más

5. ¿Quiénes?
   - ○ Adultos ○ Ancianos ○ Niños

6. Si usted es suscriptor de nuestra revista, ¿le llega a tiempo la publicación?
   - ○ Sí (pase a la pregunta 7) ○ No (pase al recuadro)

   Por favor anote sus datos de suscripción para ponernos en contacto con usted.
   Nombre: _____
   _____
   Dirección: _____
   _____
   Teléfono: _____ Num. de suscripción: _____

7. Sea usted suscriptor o no, ¿piensa seguirla comprando?
   - ○ Sí ○ No

   ¿Por qué? _____
   _____

8. En su opinión, el tamaño de los artículos es:
   - ○ Muy breve ○ Adecuado ○ Extenso

9. El lenguaje de los artículos es:
   - ○ Rebuscado ○ Técnico ○ Claro ○ Aburrido

10. ¿Existe algo que le desagrade de la revista?
    - ○ Sí ○ No

    ¿Qué es? _____
    _____

11. ¿Cómo considera el precio de la revista?
    - ○ Alto ○ Justo/Adecuado ○ Bajo

12. Del 1 al 10 califique cada uno de los siguientes aspectos de la revista (siendo el 10 equivalente a «excelente»). En caso de que la calificación sea menor a 7 por favor explique por qué:

    Portada ( ) ¿por qué? _____
    _____
    Papel ( ) ¿por qué? _____
    _____
    Tipo de impresión ( ) ¿por qué? _____
    _____
    Presentación de textos ( ) ¿por qué? _____
    _____
    Gráficas ( ) ¿por qué? _____
    _____
    Fotografías ( ) ¿por qué? _____
    _____
    Caricaturas ( ) ¿por qué? _____
    _____
    Veracidad de la información ( ) ¿por qué? _____
    _____
    Utilidad de la información ( ) ¿por qué? _____
    _____

13. Las tablas en las que se presentan los resultados de los estudios de calidad son:
    - ○ Claras ○ Difíciles de leer ○ Inútiles
    - ○ Prácticas ○ Otros

14. Particularmente en el caso de los estudios de calidad, ¿qué recomendaciones nos daría para mejorar?

15. ¿Qué productos le gustaría que analizáramos en nuestro laboratorio?

16. ¿Qué secciones de la Revista del Consumidor le gustan y/o disgustan?

TEMÁTICA	GUSTA	DISGUSTA
Quién es quién en los precios ¿por qué?	○	○
La lista negra de las empresas ¿por qué?	○	○
Orientación derechos del consumidor ¿por qué?	○	○
Estudios de calidad de productos y servicios ¿por qué?	○	○
Aspectos de nutrición y alimentación ¿por qué?	○	○
Orientación sobre salud ¿por qué?	○	○
Aspectos de ecología ¿por qué?	○	○
Cómo comprar y contratar ¿por qué?	○	○
Hábitos de consumo ¿por qué?	○	○
Los pequeños consumidores ¿por qué?	○	○
Publicidad ¿por qué?	○	○
Servicios de PROFECO ¿por qué?	○	○
Buzón del Consumidor ¿por qué?	○	○
Medios de comunicación ¿por qué?	○	○
Consumidor en el mundo ¿por qué?	○	○
Ciencia y consumo ¿por qué?	○	○
Productos peligrosos ¿por qué?	○	○

17. ¿Qué temas le interesaría que tratáramos en la Revista del Consumidor?

18. ¿Qué sugerencias generales tiene para mejorar la Revista del Consumidor?

19. ¿Usted recomendaría la Revista del Consumidor?

○ Sí ¿A quién?

Nombre:

Teléfono:

Dirección:

○ No ¿Por qué?

DATOS GENERALES:

A) Tiene suscripción de la revista

○ Sí ○ No

Si no tiene, ¿dónde la compró?

B) Sexo ○ Femenino ○ Masculino

C) Edad ○ 18 - 25 años ○ 26 - 35 años ○ 36 - 45 años ○ 46 - 55 años ○ Mayor de 56 años

D) Estado civil ○ Soltero (a) ○ Casado (a) ○ Viudo (a) ○ Divorciado (a) ○ Otro

E) Ocupación ○ Estudiante ○ Profesionista ○ Ama de casa ○ Obrero ○ Empleado ○ Desempleado ○ Comerciante ○ Otro:

F) Escolaridad ○ Primaria ○ Secundaria ○ Bachillerato ○ Licenciatura ○ Maestría ○ Otro:

G) Ingreso mensual familiar

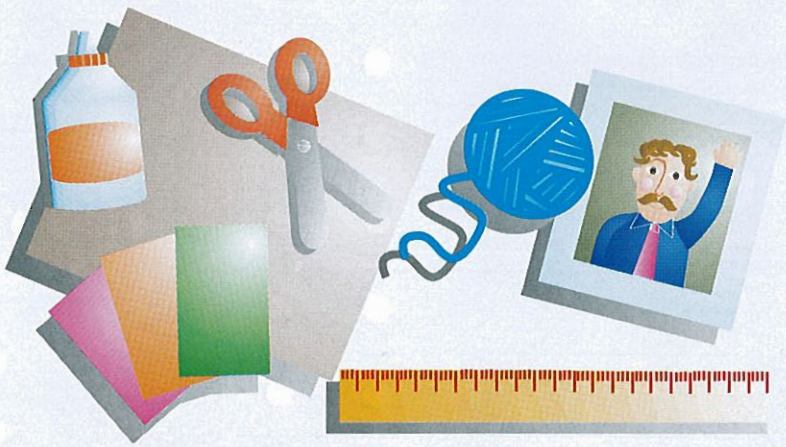
○ Menos de $ 793.50 ○ De $ 793.5 a $ 1,578.0 ○ De $ 1,578.0 a $ 3,174.0 ○ De $ 3,174.0 a $ 5,554.5 ○ De $ 5,554.5 a $ 7,141.5 ○ De $ 7,141.5 a $ 10,315.5 ○ De $ 10,315.5 a $ 18,250.5 ○ Más de $ 18,250.5

¡Festejando a papá!

En este mes celebramos el «Día del Padre», y a ti que deseas demostrarle que lo quieres y lo respetas, te sugerimos que le hagas un portarretrato con materiales fáciles de conseguir. ¡Seguramente a tu papá le va a encantar!

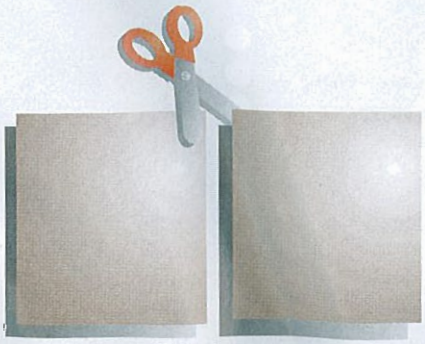
Necesitas

-un pedazo de cartón
-una foto (puede ser tuya, de tu papá practicando deporte, o de la familia).
-material para decorar (sopa de pasta pintada, estambre, trocitos de papel de colores o plumines)
-tijeras
-pegamento líquido
-regla



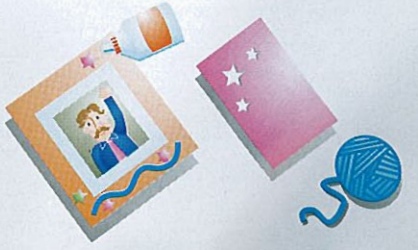
¡Manos a la obra!

1. Recorta dos rectángulos de cartón, cuyo tamaño sea mayor a la foto que hayas elegido (aproximadamente tres centímetros más de cada lado).



2. Pega la foto en uno de los cartones, de modo que quede bien centrada.

3. Con el material que escogiste decora la orilla del cartón que quedó libre. Puedes pegar la sopa o el estambre en forma vertical u horizontal; con los plumines dibuja algunas figuras: lo importante es que ¡dejes volar tu imaginación!

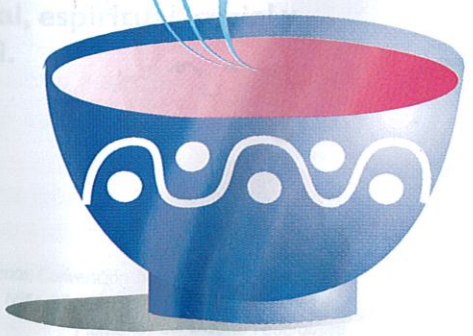


4. Dobla a la mitad el otro pedazo de cartón y pégalo en la parte posterior del portarretrato, un poco más abajo de la mitad. Si lo que quieres es que tu papá cuelgue la foto, ponle un pedazo de estambre en forma de «u» por la parte de atrás.
Estamos seguros de que te divertirás elaborando esta manualidad y además consentirás a papá; también es un regalo que les puede gustar a tus maestros o amigos. Y recuerda que «es más importante el aprecio que el precio».

Sopa de letras

K	L	A	M	G	F	R	O	D	I	M	U	S	N	O	C	A	I	D
A	M	S	E	R	V	I	C	I	O	S	D	Z	E	F	J	G	K	E
C	B	N	L	H	C	Q	G	A	R	A	N	T	I	A	B	A	A	R
C	O	J	L	I	O	R	W	F	F	Ñ	V	H	U	T	K	T	B	E
K	D	M	T	N	N	E	X	C	A	L	I	D	A	D	B	E	C	C
E	Ñ	F	P	S	T	N	Y	Z	H	P	Q	G	R	D	A	U	S	H
O	J	Ñ	U	R	R	W	P	R	O	F	E	C	O	S	J	Q	R	O
A	P	O	I	A	A	X	E	P	R	O	D	U	C	T	O	I	T	S
Q	P	L	K	B	T	R	D	Ñ	R	O	C	R	E	D	I	T	O	U
Q	C	B	D	C	O	Y	M	O	A	L	N	B	I	E	N	E	S	R
R	S	T	M	A	B	W	M	N	R	P	B	J	T	K	F	O	A	U
C	T	D	O	O	Q	M	A	L	G	A	S	T	A	R	V	R	P	V
N	M	B	R	R	I	Y	L	A	M	C	D	I	C	H	A	E	Q	Y
G	N	D	P	J	S	C	O	N	S	U	M	O	U	P	X	N	X	W
H	H	E	Q	I	K	A	E	F	N	D	E	G	M	J	Ñ	I	B	X
F	F	B	G	T	T	S	G	R	A	H	L	O	K	E	I	D	C	Y
I	G	U	H	V	D	H	E	M	P	L	C	V	W	X	A	B	E	Q

garantía
contrato
etiqueta
calidad
consumo
comprar
precio
bienes
servicios
comparar
consumidor
PROFECO
ahorrar
crédito
malgastar
derechos
dinero
producto



Los derechos de los niños en el mundo

Amigo lector, ¿sabías que los adultos estamos obligados a procurar que todos los niños disfruten de un hogar, de una familia, y de la educación y alimentación necesarias para crecer sanos y fuertes? Y para alcanzar esta meta es indispensable conocer y promover tus **derechos**, los cuales están incluidos en la **Convención sobre los Derechos del Niño, aprobada a fines de 1989 por la Organización de las Naciones Unidas (ONU)**.

★ Estos derechos deben ser respetados y les corresponden a todos los pequeños del mundo, sin importar su raza, color, sexo, nacionalidad, religión, clase social o posición económica, es decir, **todos los niños son iguales y están protegidos contra toda forma de discriminación.**

★ Tienes derecho a la **libertad de pensamiento**, de **conciencia** y de **religión**; a **expresar tus opiniones** y a **asociarte libremente**.

★ Por el solo hecho de ser niño tienes derecho a la **vida**, a tener un **nombre** y una **nacionalidad**.

★ A **ser respetado en tu vida privada**, tu **familia**, tu **domicilio** y hasta en tu **correspondencia**.

★ También tienes **derecho a los medios de comunicación**, para que éstos promuevan tu bienestar social, espiritual y moral, así como tu salud física y mental.

★ Tus padres, por su parte, tienen la responsabilidad de tu crianza y desarrollo, mientras que tu tienes derecho a un **nivel de vida adecuado** para desarrollarte tanto **física** como **mentalmente**. Además, tienes **derecho a educarte**, a **descansar**, a **jugar** y a **realizar todas las actividades propias de tu edad**.

★ Asimismo, todos los niños del mundo están **protegidos contra cualquier tipo de explotación y contra los trabajos que sean nocivos para su salud o su desarrollo físico, mental, espiritual, social y moral.**

★ Como ves, todos los pequeños como tú son la esperanza del mundo, los depositarios de nuestros sueños y anhelos.
En ustedes recae la enorme responsabilidad de convertir este mundo en algo mejor para todos, ¿no crees?

Fuente: Convención sobre los Derechos del Niño, UNICEF y Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal.

¿Cuántos colores tiene el blanco?

Si te preguntamos ¿cuántos colores tiene el blanco?, seguramente nos dirás: «¡Qué pregunta! Para mí el blanco es puro; corresponde a la ausencia de color». Pero en realidad esta afirmación es falsa y lo vamos a comprobar realizando el siguiente experimento:

Consigue un cartón blanco, lápices de colores, un lápiz con goma y un alfiler. Recorta en el cartón un círculo de 10 centímetros de diámetro. Traza un diámetro y luego, con un transportador, traza 18 segmentos cuyo ángulo sea de 20 grados.

Colorea los segmentos utilizando los seis colores siguientes y en este orden: **rojo**, **anaranjado**, **amarillo**, **verde**, **azul** y **violeta**, y así sucesivamente hasta iluminar todos los segmentos. Clava un alfiler en el centro del disco de cartón y luego en la goma del lápiz.

Haz girar el disco muy rápido y observa qué sucede con los colores. Obtendrás mejores resultados si lo haces en una habitación muy bien iluminada o a la luz del día.

Si el disco gira lo suficientemente rápido, verás que los colores se van mezclando hasta fundirse en un tono grisáceo, después, el disco se tornará casi blanco. Esto nos demuestra que el blanco está compuesto por muchos colores.

Ahora que ya has logrado producir el blanco combinando colores diferentes, puedes hacer la operación a la inversa, es decir, descomponer el blanco en varios colores.

Toma un prisma (trozo de vidrio tallado que puedes conseguir en una tienda de artículos científicos) y colócalo cerca de una fuente de luz. Si lo haces girar, verás cómo aparecen los colores del arcoiris. Los lados o las caras del prisma mezclan el blanco y lo descomponen en los colores de los que está formado.

Es el mismo fenómeno que se produce cuando llueve con sol y aparece el arcoiris en el cielo; las gotas de agua hacen las veces de prismas y descomponen la luz en sus colores básicos.

Fuente: La pandilla científica, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, Editorial Alhambra Mexicana, S.A. de C.V.; México, 1989.

Profesora agradecida

Revista del Consumidor:

Les escribo para felicitarlos en nombre de mi grupo de alumnos, a quienes les he leído varios de los artículos publicados en su revista; además hemos elaborado en clase los trabajos que sugieren en la sección para niños, como la «Escalera de Jacob», que les gustó mucho, entre otras actividades. Así ellos se han ido interesando poco a poco en los temas del ahorro y el consumo. Por cierto, en ocasiones es muy difícil encontrar la publicación en los puestos de periódicos, pues se agota rápidamente; ojalá aumentaran el tiraje.

Por otro lado les sugiero que pronto publiquen un análisis de los precios y características de los autos; en un número ya salió un reportaje similar, pero me gustaría contar con más información actualizada al respecto. Sé que es un tema que puede resultar interesante para mucha gente, espero que muy pronto aparezca en su fabulosa revista.

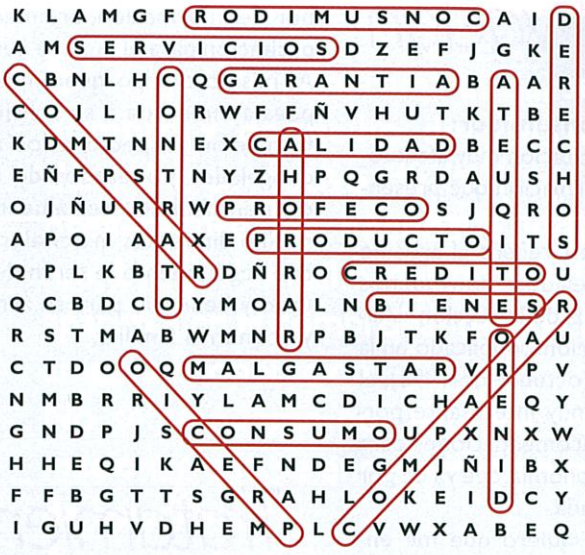
En Ecatepec, la familia Esparza es una fiel seguidora y admiradora de su publicación.

¡Hasta muy pronto!

Profra. María Luisa Esparza Flores
Cda. de Agricultura núm. 12
San Cristóbal Centro
Ecatepec, Edo. de México
C. P. 55000

Profesora Esparza:

Éste es el tipo de cartas que más nos complace recibir pues, además de las felicitaciones de que somos objeto, mediante sus comentarios sabemos si los trabajos que publicamos son útiles a nuestros lectores. En cuanto al tema que nos propone, ya hemos turnado su sugerencia al área correspondiente y esperamos que pronto pueda verlo publicado. Finalmente queremos informarle que nos sentimos muy satisfechos de ver que nuestra publicación cuenta cada vez con más lectores, por lo que hemos tomado la decisión de incrementar el tiraje de la misma, a fin de que cada mes todos cuenten con su revista.



Dos problemas

Revista del Consumidor:

Por medio de la presente les envío un cordial saludo y expongo ante ustedes el siguiente problema: a mi domicilio han llegado cartas dirigidas a un tal profesor José Rodríguez de Vázquez, y tengo la impresión de que esta táctica se emplea para evadir impuestos. Dicha situación es para mí una gran molestia; ya me quejé con el Gobernador del estado de Yucatán, pero no se logra resolver este conflicto.

Por otra parte, mi esposa solicitó información respecto a la compra de una perpetuidad en el panteón Jardín Guadalupano, con domicilio en Río Tigris núm. 103, colonia Cuauhtémoc, C. P. 06500, México, D. F., misma que decidimos adquirir en el año de 1986 con un costo de $498,000 (viejos pesos), incluyendo cuatro servicios y cuatro ataúdes; el número del contrato es el 61069-4, y el del certificado de uso es 15474. Terminé de liquidar los pagos el 1° de julio de 1988.

No obstante, durante 1996 envié varias cartas para notificarle a la empresa mi cambio de domicilio a la ciudad de Mérida, Yucatán, a fin de conocer mi situación legal sobre el uso de dicha perpetuidad y el procedimiento para establecer como beneficiarias a mi esposa y a mi hija, a lo cual no he recibido respuesta(*).

Atentamente
Sr. Luis Vázquez Arriola
Calle 40, núm. 538
Col. Salvador Alvarado Oriente
C. P. 97166
Mérida, Yucatán
(*)Carta resumida por la Redacción.

Sr. Vázquez Arriola:

En respuesta a su solicitud sobre qué hacer con la correspondencia y los cobros que llegan a su domicilio a nombre de otra persona, manifestamos a usted lo siguiente: deberá devolver el correo acreditando que el destinatario no habita en dicho inmueble, lo cual usted podrá comprobar mostrando algún recibo de teléfono, luz, predial, contrato de arrendamiento, etcétera. Lo mismo procederá para los casos de cobranza, exhibiendo los documentos ya descritos, a fin de evitar posteriores visitas de quien requiere el pago. Tratándose de negociaciones se podrá acreditar con el alta de Hacienda y el R. F. C. correspondiente.

En relación con el segundo punto, es importante hacer un análisis de los documentos con que cuenta, por lo que lo invitamos a comparecer ante la Delegación de esta Procuraduría en su entidad, ubicada en Calle 49, núm. 466, colonia Centro, en la ciudad de Mérida, Yucatán, con la finalidad de que allí se le puedan brindar la asesoría y el apoyo correspondientes.

Fax del consumidor: un nuevo servicio para usted

211-15-37

Si desea interponer una queja, señale el nombre y domicilio del reclamante, describa el motivo de la queja, relate brevemente los hechos e indique el nombre y domicilio del proveedor que aparezca en el comprobante o recibo que ampara la operación.

No se atenderán por esta vía las reclamaciones que se encuentren en proceso de solucionarse.

A través de este servicio usted podrá obtener información sobre bienes y servicios, quejas, denuncias, sugerencias y comentarios.

El fax del consumidor funciona las 24 horas del día, los 365 días del año.

Para responder a su llamado, proporcione su nombre completo, domicilio y número telefónico desde el cual transmite.

No olvide, el 211-15-37 es el nuevo número del consumidor y está a su servicio.

El mejor material

En esta sección analizamos comerciales que contravienen las disposiciones en la materia, y también reconocemos a aquellos que resaltan valores importantes, como los mensajes de la marca Corn Flakes Kellogg's, que mantienen una línea consistente en pro de la familia. Muestra de ello es el comercial televisivo que nos ocupa, en el que aparece un padre que ayuda cariñosamente a su pequeño hijo a elaborar un barquito de papel, recordando que el amor y la convivencia entre padre e hijo es el mejor material para enriquecer las relaciones familiares, especialmente en la actualidad, debido a que el trabajo ocupa una gran parte del tiempo disponible de los padres.

Expresamos nuestra felicitación a Kellogg's y a los productores de estas campañas, que más allá de promover la compra de un producto, apoyan actitudes necesarias para nuestra sociedad: el desarrollo de los valores sociales y la imagen de padres que cumplen con su tarea de educar y orientar con amor.

0 10722 90311 4

Métodos de conservación

Revista del Consumidor:

Reciban una felicitación muy afectuosa por toda la información que presentan en la revista.

En esta misiva me refiero al artículo «Alimentos congelados: ¿tan buenos como los frescos?», de la sección «Alimentación y nutrición», publicado en la revista núm. 236 (octubre de 1996), el cual me pareció muy interesante porque nos brinda recomendaciones para apoyar nuestra economía, que ya de por sí está muy golpeada.

De ser posible quiero que me envíen más información al respecto; también deseo solicitarles datos sobre deshidratación de alimentos y la bibliografía referente a los dos métodos de conservación de comestibles, así como los lugares donde la podría conseguir.

Me despido de ustedes, esperando que me proporcionen la información solicitada.

Saludos y un fuerte abrazo a todos.

Atentamente
Jorge C. Alonso Ordóñez
Volcán núm. 218
Fracc. Bosques del Sol
C. P. 38090
Celaya, Guanajuato

Sr. Alonso Ordóñez:

Sus comentarios son un importante estímulo para continuar con nuestra labor de información, orientación y capacitación para el público consumidor. Al mismo tiempo queremos dar respuesta inmediata a su solicitud de información respecto a los alimentos congelados y métodos de conservación, enviándole directamente a su domicilio diferentes materiales impresos que seguramente le serán de gran utilidad y beneficio para su alimentación y economía familiar.

Tratamientos para los ojos

Revista del Consumidor:

Con agrado leemos su prestigiada Revista del Consumidor, la cual adquirimos mes tras mes en el puesto de revistas de esta localidad.

El motivo de la presente es que en los meses de mayo y junio de 1996 no me fue posible comprar la revista, y tuve noticia de que en el número de mayo apareció un artículo sobre las operaciones y tratamientos para los ojos, el cual resulta de gran interés para mí, por lo que les agradecería que me envíen por correo una copia del citado reportaje. También me gustaría que me obsequiaran un ejemplar del periódico semanal Primeramano, pues esa información nos es de gran utilidad por acá.

Me despido cordialmente de ustedes.(*)

Atentamente
Saúl García Hidalgo
Av. Álvaro Obregón núm. 25, Centro
C. P. 99700
Tlaltenango de S. R., Zacatecas
(*) Carta resumida por la Redacción.

Sr. Saúl García:

Agradecemos la carta que nos hizo llegar, y al mismo tiempo damos respuesta inmediata a su solicitud enviándole una copia del reportaje respecto a los avances tecnológicos existentes para operar la vista mediante rayo láser.

Asimismo, en cuanto a su petición de recibir un ejemplar del periódico semanal Primeramano, queremos informarle que este boletín se sustituyó por un nuevo impreso catorcenal con precios comparativos sobre productos básicos, nutritivas recetas y algunos consejos para proteger su presupuesto familiar; lo invitamos a adquirirlo en los puestos de periódicos por sólo $ 2.00. No obstante, si usted quiere enterarse de los precios de productos básicos y otros, lo invitamos a llamar o visitar la Delegación que PROFECO tiene en Zacatecas. La dirección es:

Genaro Codina núm. 710,
planta baja
Centro, C. P. 98000
Zacatecas, Zacatecas
Tels. 206-11 ó 402-30
Fax: 295-07 ó 285-61

Estrella Blanca
Paquetería y Envíos
★ ★ ★ ★ ★

PROFECO utiliza los servicios de paquetería y envíos Estrella Blanca para distribuir en sus Delegaciones Federales la REVISTA DEL CONSUMIDOR

La **Revista del Consumidor** es una publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. Para suscripciones y ventas llamar al 611•7379, 611•7523 ó 598•6781. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la filosofía de la revista; se incluyen como parte de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y encuentro de corrientes de opinión. Esta publicación no autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.
Se autoriza expresamente la reprodución total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia.
Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, Registro núm. 015-1176. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los Talleres Gráficos de México, Canal del Norte 80, Col. Felipe Pescador, C.P. 06280 México, D.F.

Calidad en Pinturas vinílicas

Introducción

A fin de dar a conocer al lector cuál es la calidad y las características de las principales marcas de pinturas vinílicas que se comercializan en todo el país, el Laboratorio de PROFECO sometió a prueba este producto de amplio y recurrente consumo doméstico. Al mismo tiempo, en breves recuadros le explicamos mediante sencillas recomendaciones cómo elegir y aprovechar al máximo una pintura de este tipo.

Cómo se diseñó la investigación

El estudio incluyó un total de **95 modelos** correspondientes a **27 marcas** de **pintura blanca** con distintos precios de venta en el mercado. Dichas muestras se agruparon en tres tipos de pintura: **acrílica, vinílica** y **vinil-acrílica.**

Asimismo, el estudio de calidad se basó en la normatividad correspondiente para la elaboración y características de este producto, especificada en **nueve Normas Oficiales.**

¿A qué pruebas fueron sometidos los productos?

El estudio consistió básicamente en la evaluación de siete parámetros:

Información al consumidor: se verificó que el etiquetado de las muestras presentara los siguientes datos:

-Nombre y domicilio comercial del fabricante

-Denominación distintiva o marca del producto

-Número de clave y lote

-Descripción genérica del tipo de resina utilizado

-Las pinturas que contengan compuestos formulados con disolventes deben incluir las leyendas precautorias indicadas en la Norma (NOM-003-SSA1-1993).

-Los productos de importación deben presentar una contraetiqueta en idioma español con la información arriba mencionada, así como el país de origen, nombre y domicilio comercial del importador.

Blancura: con esta prueba se constató la calidad en el tono blanco del producto, verificando la ausencia de tonos grisáceos o amarillentos.

Tiempo de secado: se determinó el tiempo que tarda la pintura en secarse, ya sea para dar una segunda capa o para utilizar la superficie pintada.

Resistencia al lavado: se evaluó la vida útil de la pintura sometiéndola al efecto del lavado hasta desgastarla completamente.

Rendimiento: se cuantificó la cantidad de pintura que se requiere para cubrir un m^2 de superficie.

Durabilidad: con esta prueba se verificó la vida útil de la pintura cuando está sometida a condiciones ambientales críticas de rayos solares, lluvia y humedad.

¿Qué resultados se obtuvieron?

Con base en las pruebas citadas, las **mejores marcas** en cada tipo de pintura son:

Pintura acrílica con precio mayor a $ 100.00 por galón: Sherwin Williams -línea *Super Kemtone*-, que obtuvo 95 puntos como evaluación global de calidad.

Pintura acrílica con precio de $ 65.00 a $ 99.00 por galón: ICI -línea *Spred Silk*-, con 90 puntos.

Pintura vinílica con precio mayor a $ 100.00 por galón: Osel -línea *Oro*-, con 80 puntos.

Pintura vinílica con precio de $ 78.00 a $ 99.00 por galón: Optimus -línea *Colvin*-, con 90 puntos.

Pintura vinílica con precio de $ 47.00 a $ 70.00: Polyform -línea *Polyform*-, con 89 puntos.

Pintura vinílica con precio menor a $ 46.00 por galón: Imperial -línea *V-800*-, con 75 puntos.

Pintura vinil-acrílica con precio mayor a $ 100.00 por galón: Sherwin Williams -línea *Kempro*-, con 97 puntos.

Pintura vinil-acrílica con precio de $ 80.00 a $ 99.00 por galón: Imperquimia -línea *Plastiq*-, con 87 puntos.

Pintura vinil-acrílica con precio de $ 60.00 a $ 79.00 por galón: Optimus -línea *Vin Lac*-, con 90 puntos.

Pintura vinil-acrílica con precio menor a $ 59.00 por galón: Hi Fil -línea *Selecta*-, con 82 puntos.

Los resultados con las calificaciones parciales y la evaluación global de calidad, junto con los precios promedio a los que se comercializa cada modelo y marca se muestran en las siguientes tablas. Si usted desea obtener más detalles respecto a las pruebas aplicadas puede comunicarse a la Coordinación General de Investigaciones a los teléfonos 549-91-07 ó 544-92-75.

Tips sobre pinturas vinílicas y acrílicas

- Las pinturas vinílicas y acrílicas se recomiendan tanto para áreas exteriores como interiores, y son idóneas para superficies con acabados de yeso, cal, tabique, piedra, concreto, madera, y toda superficie no metálica ni plástica.
- No es conveniente comprar pintura a granel -sobre todo en puestos ambulantes y tianguis-, ya que si bien es cierto que puede tener un precio menor, no posee la calidad que una pintura de marca puede darle, pues resulta deficiente en aspectos como secado y blancura, y las características de poder cubriente y lavabilidad son pésimas. Recuerde que a veces "lo barato sale caro".
- No olvide revisar que la lata de pintura que le entreguen contenga el color que usted escogió y verifique que no presente abolladuras ni escurrimientos, y que se encuentre bien sellada.

Cómo calcular la cantidad de pintura que requiere

- Mida la longitud de la pared o el techo en metros (**a**).
- Mida el ancho de la misma pared o el techo (**b**).
- Multiplique el largo por el ancho.

Ejemplo: $a \times b = c$

- El resultado (**c**) nos indica el área o superficie en metros cuadrados a pintar.
- Verifique la información que contiene el bote de pintura que seleccionó; ésta debe especificar su rendimiento (**R**). Este dato se indica en litros por metro cuadrado (l/m^2).
- Divida el rendimiento especificado entre el área a pintar y obtendrá los litros de pintura que usted necesita:

$$\text{Litros requeridos} = \frac{\text{Rendimiento } (R)}{\text{Superficie } (c)}$$

- Por último, recuerde que la calidad de la pintura también le permitirá obtener un resultado satisfactorio con menos capas o "manos" de aplicación.

Cómo usar, conservar y aprovechar la pintura

- Las pinturas acrílica, vinílica y vinil-acrílica deben diluirse solamente con agua. Si va a pintar con la ayuda de una brocha o de un rodillo, no agregue a la pintura más de un 10 por ciento de agua; si usa pistola de aire no use más de un 20 por ciento de agua. En caso de que se exceda al diluirla necesitará aplicar una "mano" de pintura adicional.
- Es recomendable mantener la brocha o el rodillo lleno de pintura para evitar que ésta se seque en partes.
- Antes de pintar superficies de cal se sugiere realizar una limpieza a fondo empleando un cepillo de alambre, de lo contrario la pintura que aplique -cualquiera que sea su marca y calidad- se agrietará y desprenderá.
- Para aprovechar al máximo su pintura le sugerimos comprar también algún sellador vinílico de alto rendimiento, y posteriormente aplicar dos "manos" de pintura, esperando dos horas antes de aplicar otra.
- Evite mezclar su pintura con cal o "blanco de españa" para hacerla rendir más, ya que esto altera las propiedades originales del producto, restándole duración, adherencia y lavabilidad.
- Mantenga el envase de pintura bien tapado cuando no lo use, así evitará que ésta se derrame accidentalmente o que se seque por la acción del sol o del aire. En caso de formación de nata, retírela y agite bien el material restante antes de usarlo.
- No es conveniente exponer la pintura envasada a temperaturas menores a 2° C.

Recomendaciones de seguridad

- La advertencia "usar con ventilación adecuada" significa que no debe haber más emanaciones de las que habría si usara el material en el exterior. Abra puertas y ventanas y use ventilador cuando pinte en interiores. Si la etiqueta de un producto presenta la advertencia "dañino o mortal si se ingiere" debe considerar que la inhalación de sus vapores es altamente peligrosa.
- Compre sólo la cantidad que requiera, pues las sustancias químicas que contiene una lata de pintura no se conservan en buen estado durante mucho tiempo; mantenga el producto alejado de los niños.
- Use gafas de seguridad y/o una mascarilla para filtrar los vapores si es que el área donde trabaja no cuenta con la ventilación adecuada, o bien, si trabaja con algún solvente.

Pintura acrílica con precio mayor a $ 100.00 por galón

Marca	Línea	Inform. al consum.	Blancura	Tiempo de secado	Durabilidad	Rendimiento	Resist. al lavado	Precio por galón ($)	Ev. global de calidad
Sherwin Williams	Super Kemtone	Completa						143.75	**95**
Sylpyl	Sylpyl	Completa						140.76	**90**
Comex	Premium	Completa						137.50	**89**
ICI	Veltone	Completa						135.24	**84**
Colorama	Costika Látex	Completa						105.00	**80**
Fester	Acrifest Oro	Completa						115.00	**69**
Pasa	Protecto Blanc	Completa						144.90	**63**
Colorama	Decorama Plus	Completa						124.00	**60**

Pintura acrílica con precio de $ 65.00 a $ 99.00 por galón

Marca	Línea	Inform. al consum.	Blancura	Tiempo de secado	Durabilidad	Rendimiento	Resist. al lavado	Precio por galón ($)	Ev. global de calidad
ICI	Spred Silk	Completa						95.45	**90**
Sylpyl	Sylpyl	Completa						95.68	**87**
ICI	Spred Satin	Completa						99.80	**75**
Hi Fil	Vin Hi Fil	Completa						76.57	**75**
ICI	Spred Solo	Completa						72.45	**71**
Colorama	Futura	Completa						67.00	**49**

Pintura vinílica con precio mayor a $100.00 por galón

Marca	Línea	Inform. al consum.	Blancura	Tiempo de secado	Durabilidad	Rendimiento	Resist. al lavado	Precio por galón ($)	Ev. global de calidad
Osel	Oro	Completa						150.29	**80**
Osel	Plata	Completa						134.47	**74**

Pintura vinílica con precio de $ 78.00 a $ 99.00 por galón

Marca	Línea	Inform. al consum.	Blancura	Tiempo de secado	Durabilidad	Rendimiento	Resist. al lavado	Precio por galón ($)	Ev. global de calidad
Optimus	Colvin	Completa						84.00	**90**
Fester	Vini Fest	Completa						78.00	**85**
Acuario	1000 Soft-Colors	Completa						83.38	**72**
Colorama	Polar	Completa						85.00	**70**
Osel	Cope	Completa						79.10	**70**
Schenec-tady	Schenectady	Completa						80.50	**67**
Comex	Plasti Color	Completa						86.50	**62**

Excelente Bueno Regular Deficiente

Pintura vinílica con precio de $ 47.00 a $ 70.00 por galón

Marca	Línea	Inform. al consum.	Blancura	Tiempo de secado	Durabilidad	Rendimiento	Resist. al lavado	Precio por galón ($)	Ev. global de calidad
Polyform	Polyform	Completa						50.82	**89**
Meridian	Paradise	Completa						47.50	**80**
Comex	Pro-1000 Plus	Completa						58.50	**75**
Atlas Marlux	Vinílica Pintor	Completa						48.00	**64**
Contimex	Uni Flex	Completa						63.00	**61**
Atlas Marlux	Vin-Mar	Completa						69.00	**59**
Contimex	Vin Flat	Completa						49.00	**59**
Meridian	Elegance	Completa						55.50	**58**
Dupont	Dupont	Completa						50.27	**56**
El Águila	Línea 600	Completa						66.12	**44**
Colorama	Apolo	Completa						53.00	**42**

Pintura vinílica con precio menor a $ 46.00 por galón

Marca	Línea	Inform. al consum.	Blancura	Tiempo de secado	Durabilidad	Rendimiento	Resist. al lavado	Precio por galón ($)	Ev. global de calidad
Imperial	V-800	Completa						41.40	**75**
Meridian	Quantum	Completa						36.00	**61**
Comex	ME-70	Completa						30.52	**60**
Pasa	Econovin	Completa						41.40	**46**
El Águila	Especial	Completa						29.26	**42**

Pintura vinil-acrílica con precio mayor a $ 100.00 por galón

Marca	Línea	Inform. al consum.	Blancura	Tiempo de secado	Durabilidad	Rendimiento	Resistencia al lavado	Precio por galón ($)	Ev. global de calidad
Sherwin Williams	Kempro	Completa						110.40	**97**
Sherwin Williams	Kemtone	Completa						112.70	**95**
Optimus	Vin Eco	Completa						101.50	**95**
Dupont	Super Novi	Completa						104.00	**89**
Comex	Vinimex	Completa						102.50	**87**
Fester	Acrifest	Completa						101.00	**87**
ICI	Profesional	Completa						101.92	**85**
Berel	Berelex	Completa						104.00	**85**
Hi Fil	Super Nova	Completa						114.19	**84**
Optimus	Optimus 54	Completa						115.00	**84**
Atlas Marlux	Marlux	Completa						118.00	**80**
Polyform	Polyform	Completa						185.13	**80**
Imper-quimia	Quimicolor	Completa						109.25	**79**
Acuario	Plus	Completa						120.30	**77**
Ison	Vini Estar	Incompleta						101.20	**74**
Supra	Mega 4000	Completa						116.00	**74**
Nervion	Modelo 910	Incompleta						149.50	**73**
Schenec-tady	Schenec-tady	Completa						109.70	**70**
Nervion	Nueva Standar 910	Incompleta						117.30	**68**
Nervion	Premium 910	Incompleta						165.60	**65**
El Águila	Agui Plastic	Completa						118.77	**63**
Nervion	Estrella Blanca 910	Incompleta						140.30	**45**

Pintura vinil-acrílica con precio de $ 80.00 a $ 99.00 por galón

Marca	Línea	Inform. al consum.	Blancura	Tiempo de secado	Durabilidad	Rendimiento	Resist. al lavado	Precio por galón ($)	Ev. global de calidad
Imper-quimia	Plastiq	Completa						88.55	**87**
General Paint	Master Craft	Completa						85.10	**86**
Meridian	Prestige	Completa						93.50	**84**
Pinturas del Bajío	Vinilac VC-150	Completa						94.00	**84**
Acuario	Constelación	Completa						99.47	**77**
Supra	Infra 3000	Completa						80.00	**77**
Contimex	Plástica 63	Completa						82.00	**74**
Sherwin Williams	Vini Mundo	Completa						97.75	**73**
Supra	Supra de Lujo 3500	Completa						98.00	**72**
Colorama	Intercolor	Completa						99.00	**70**
Berel	Berelinte	Completa						85.00	**68**
Atlas Marlux	Vinil Acrílica	Completa						87.00	**59**

Excelente Bueno Regular Deficiente

Pintura vinil-acrílica con precio de $ 60.00 a $ 79.00 por galón

Marca	Línea	Inform. al consum.	Blancura	Tiempo de secado	Durabilidad	Rendimiento	Resist. al lavado	Precio por galón ($)	Ev. global de calidad
Optimus	Vin Lac	Completa						68.00	**90**
Supra	Iris	Completa						69.00	**85**
Imperial	Isa Plastic N° 8	Completa						73.60	**79**
Berel	Kalos	Completa						69.00	**77**
Pinturas del Bajío	Vinilac VC-100	Completa						66.00	**73**
ICI	Máxima	Completa						77.28	**71**
General Paint	General 400	Completa						67.85	**71**
Comex	Real Flex	Completa						77.50	**70**
Dupont	Eternavin	Completa						78.00	**68**
Contimex	Contimex	Completa						73.00	**65**
Ison	Estar Color	Incompleta						78.20	**56**

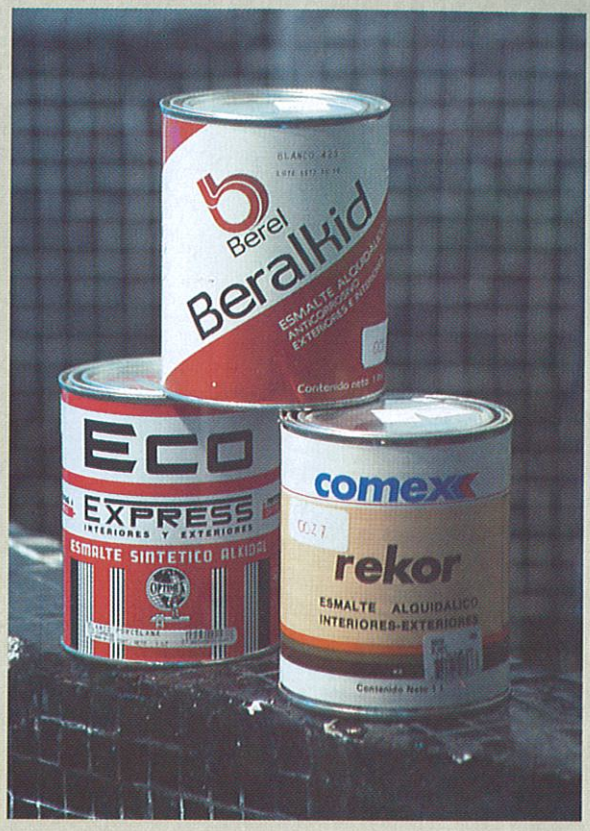
Pintura vinil-acrílica con precio menor a $ 59.00 por galón

Marca	Línea	Inform. al consum.	Blancura	Tiempo de secado	Durabilidad	Rendimiento	Resist. al lavado	Precio por galón ($)	Ev. global de calidad
Hi Fil	Selecta	Completa						55.83	**82**
Pinturas del Bajío	Vinilac VC-050	Completa						42.00	**79**
Fraper	Profesional	Completa						45.00	**78**
Comex	Durex Master	Completa						58.50	**77**
Fraper	Vini Flex	Completa						56.75	**77**
ICI	Magicolor	Completa						52.52	**72**
Imperial	Vinicrom	Completa						54.00	**71**
Contimex	Gigante	Completa						42.00	**58**
Ison	Junior Estar	Incompleta						52.00	**53**
Ison	Gold Estar	Completa						28.70	**50**
Colorama	Cover Plus	Completa						44.00	**46**

Excelente Bueno Regular Deficiente

Cuál es la mejor pintura de esmalte

Los investigadores del Laboratorio de PROFECO realizaron un minucioso estudio para conocer la calidad de algunas de las marcas de pintura de esmalte que cuentan con mayor presencia en el mercado mexicano, cuyos resultados le presentamos enseguida para orientar su criterio de elección sobre este tipo de productos.



¿En qué consistió el estudio?

La investigación se propuso analizar la calidad y características de **45 modelos** de pinturas de esmalte blancas correspondientes a **22 marcas**, los cuales fueron agrupados en tres tipos de esmalte: **alquidálico puro**, **alquidálico modificado** y **con base de agua "ecológico"**.

¿Qué pruebas se aplicaron?

Con base en **11 Normas Oficiales Mexicanas** se aplicaron distintas pruebas para evaluar los siguientes aspectos de cada producto:

Información al consumidor: se verificó que el etiquetado de las muestras presentara los siguientes datos:

-Nombre y domicilio comercial del fabricante

-Denominación distintiva o marca del producto

-Número de clave y lote

-Las pinturas que contengan compuestos formulados con disolventes deben incluir las leyendas precautorias indicadas en la Norma (NOM-003-SSA1-1993).

-Los productos de importación deben presentar una contraetiqueta en idioma español con la información arriba mencionada, así como el país de origen, nombre y domicilio comercial del importador.

Blancura: con esta prueba se cuantificó el brillo característico de las pinturas de esmalte, así como la blancura del producto, verificando la ausencia de tonos grisáceos o amarillentos.

Tiempo de secado: se determinó el tiempo que tarda la pintura en secarse, ya sea para dar una segunda capa o para utilizar la superficie pintada.

Rendimiento: se cuantificó la cantidad de pintura necesaria para cubrir una superficie determinada con dos capas del producto.

Resistencia al uso: se verificó que la pintura no sufriera agrietamientos cuando la superficie a pintar se dilate, flexione o reciba impactos.

Durabilidad: con esta prueba se constató la resistencia de las pinturas cuando están sometidas a las condiciones ambientales de luz y humedad que prevalecen en las zonas costeras.

¿Qué resultados se obtuvieron?

Las **mejores marcas** en cada uno de los tipos de pinturas de esmalte son:

Esmalte alquidálico puro: Comex, en su línea *Rekor*, la cual sumó 100 puntos.

Esmalte alquidálico modificado: Acuario -línea *Uso Marino*-, la cual obtuvo 95 puntos.

Esmalte base agua: la única marca participante y, por tanto, evaluada, fue **Comex** -línea *Acqua*-, la cual obtuvo una calificación de 80 puntos.

Cabe aclarar que en el mercado, este tipo de pinturas sólo se denominan con el nombre genérico de "esmaltes"; sin embargo, **es preferible que usted adquiera los que en estas tablas de calidad aparecen como alquidálicos puros** porque son más resistentes y durables que los "modificados".

Los detalles sobre los resultados parciales y totales obtenidos por cada una de las marcas y modelos de pinturas de esmalte incluidos en este estudio se muestran en las siguientes tablas. Si usted desea obtener más información, puede comunicarse a la Coordinación General de Investigaciones a los teléfonos 549-91-07 ó 544-92-75.

Lo que debe saber sobre una pintura de esmalte

- Los esmaltes de secado al aire son elaborados a partir de aceites secantes; su principal aplicación es en el recubrimiento de superficies de concreto, yeso, tablarroca, plástico, hierro, acero y madera. Presentan un acabado terso y brillante.
- No se guíe por el espesor de una pintura. Contrariamente a lo que se piensa, la calidad de este producto no depende de su espesor, ni éste es indicio de adulteración o de mayor rendimiento.
- La aplicación se puede efectuar con brocha de cerdas o con pistola de aire, la cual tiene un alto grado de nivelación que permite el desvanecimiento de las huellas que deja la brocha.
- Las pinturas de esmalte secan por la evaporación de los solventes. La velocidad o tiempo de secado depende de la temperatura ambiente, de la ventilación del lugar y de la formulación de la pintura. Entre más baja sea la temperatura, el tiempo de secado será mayor y viceversa; así, por ejemplo, en climas húmedos o lluviosos debe esperar el tiempo necesario, ya que de lo contrario, al darle una segunda "mano" es probable que la pintura se ondule.
- Un esmalte puede aplicarse directamente sobre la superficie, siempre y cuando no esté sucia ni tenga demasiados poros.
- La duración de este tipo de pintura se relaciona, entre otros factores, con el espesor de la película aplicada: si es demasiado delgado, se deteriorará al poco tiempo, aun cuando se trate de una pintura de excelente calidad, pues no resistirá el efecto de la erosión, polvo, rayos solares, humedad y otros agentes climáticos.
- Una película con un espesor menor de media milésima de pulgada -una "mano" de pintura- resulta insuficiente para proteger una superficie, ya que se desgastará rápidamente en algunas zonas. El espesor recomendado es de 0.5 a 2 milésimas; éste se obtiene con dos o tres "manos" de pintura. Una película muy gruesa, por el contrario, presenta serios problemas de ondulamiento al aplicarse.
- Para obtener un resultado satisfactorio al repintar una superficie por tercera o cuarta vez es necesario rasparla previamente para evitar agrietamientos y ondulaciones, entre otros defectos.
- Existen dos tipos de esmaltes: los brillantes y los mates; aunque tienen características semejantes, los primeros se distinguen por su mayor duración en exteriores. El esmalte mate se recomienda en superficies metálicas preparadas con anticorrosivos adecuados o en estructuras interiores de yeso.

Cómo usar una pintura de esmalte

Para que una pintura de esmalte empleada como recubrimiento cumpla con el cometido de proteger y decorar una superficie, es necesario seguir estos sencillos pasos:

Preparación de la superficie: es el aspecto más importante, ya que la presencia de óxido, grasa, mugre o partículas de pintura desprendida afectarán la adherencia del esmalte. Un esmalte se puede aplicar sobre película seca de selladores, primarios -es decir, la pintura de color rojo óxido que se usa como primera capa para evitar la corrosión-, vinílicas y esmaltes con base de agua o solvente.

Preparación de la pintura: resulta indispensable mezclar apropiadamente el producto, pues ello garantiza que cualquier compuesto o pigmento asentado se integrará perfectamente a la superficie. Siga las instrucciones y recomendaciones de la etiqueta. Por ningún motivo agregue sustancias extrañas para tratar de "hacer rendir" el producto, pues aunque aparentemente se logra este objetivo, la adherencia de la pintura demerita al poco tiempo.

Dilución: no se debe agregar más solvente del indicado por el fabricante en la etiqueta, ya que de lo contrario la pintura se escurrirá y se verán disminuidos el rendimiento y el cubriente, asimismo sólo diluya el esmalte con el solvente que sugiere el fabricante.

Otros aspectos que se deben considerar antes de aplicar una pintura de esmalte son:

Tiempo de secado: las condiciones del ambiente tienen un efecto importante sobre el secado de la superficie: las temperaturas menores a 10° C, la humedad y el clima lluvioso prolongan el tiempo de secado; por el contrario, las temperaturas mayores a 35° C permiten que el secado sea rápido. En cualquier caso, siempre es recomendable dejar pasar el mayor tiempo posible -4 horas al menos- entre una capa de pintura y la siguiente.

Seguridad: al aplicar cualquier tipo de pintura de esmalte es conveniente que haya una ventilación constante e iluminación adecuada en el sitio donde se trabaje; esto ayudará al secado de la superficie y, especialmente, a evitar molestias o intoxicación por el uso de solventes; procure usar mascarillas con alimentación de aire. En virtud de que los esmaltes están elaborados con solventes y materiales inflamables, y de que los vapores que éstos producen son tóxicos, mientras pinta evite fumar y manténgase alejado del calor o del fuego directo, así como de cualquier aparato que produzca chispas. Asimismo asegúrese de que tanto la pintura de esmalte como los solventes que se emplean se encuentren fuera del alcance de los niños.

Fuente: Coordinación General de Investigaciones, PROFECO.

Esmalte alquidálico puro

Marca	Línea	Blancura	Tiempo de secado	Rendimiento	Resistencia al uso	Durabilidad	Precio por galón ($)	Evaluación global de calidad
Comex	Rekor						155.50	**100**
Berel	Beralkid						132.90	**96**
General Paint	Rayonite						144.90	**96**
Optimus	Eco Express						145.50	**96**
Osel	Osel Plata						169.00	**95**
Osel	Osel Oro						173.00	**95**
Comex	100						140.00	**94**
Osel	Cope						127.00	**93**
Prisa	Kitox						117.00	**90**
Sherwin Williams	Kem-Enamel						187.45	**89**
Nervion	50-910						156.40	**89**
Berel	Qualik						103.92	**89**
Dupont	Permo						131.35	**88**
Sherwin Williams	Kem-Tone						159.85	**87**
Estar	Estar						114.35	**87**
Marlux	Marlux						181.70	**87**

Continúa esmalte alquidálico puro

Marca	Línea	Blancura	Tiempo de secado	Rendimiento	Resistencia al uso	Durabilidad	Precio por galón ($)	Evaluación global de calidad
Casther	Casther						85.70	**87**
Nervion	45-910						142.60	**87**
Colorama	Real						133.00	**87**
Contimex	Contilux						159.27	**87**
Comex	Velmar						118.00	**86**
Pinturas del Bajío	Alkitex Ad						120.00	**85**
Doal	Alq. 900						148.00	**84**
Optimus	Tropical						124.50	**84**
Hi Fil	H-3						107.95	**84**
Marlux	Colorlux						157.55	**83**
ICI	Profesional						144.00	**83**
Acuario	300						123.85	**83**
Optimus	Bonol						103.50	**82**
ICI	Magicolor						123.50	**81**
Alce	Alce						205.85	**80**
Colorama	Excelencia						115.00	**78**

Continúa...

Continúa esmalte alquidálico puro

Marca	Línea	Blancura	Tiempo de secado	Rendimiento	Resistencia al uso	Durabilidad	Precio por galón ($)	Evaluación global de calidad
Imperial	Isa						100.00	**75**
Schenectady	Schenectady						154.45	**73**
Contimex	Gigante						135.12	**73**
Prisa	Milco Plus						136.00	**70**
Imperial	Imperial						92.00	**68**
Imperial	Hipolin						81.65	**64**
ICI	Magicolor Mate						123.50	**44**

Nota: La marca **Casther** presentó incompleta la información al consumidor.
Todas las pinturas sometidas a estudio son de origen nacional.

Excelente Bueno Regular Deficiente

Es indispensable leer y seguir siempre las instrucciones que el fabricante incluye en las etiquetas de los envases de pintura y disolventes. Las sustancias químicas riesgosas se clasifican de acuerdo con su grado de peligrosidad; la inhalación prolongada de disolventes puede causar mareo o dolor de cabeza; además, si estas sustancias entran en contacto con la piel pueden dañar gravemente los tejidos orgánicos.

Esmalte alquidálico modificado

Marca	Línea	Blancura	Tiempo de secado	Rendimiento	Resistencia al uso	Durabilidad	Precio ($)	Evaluación global de calidad
Acuario	Uso marino						142.45	**95**
Dupont	Ultra Rápido						148.92	**92**
Hi Fil	Halo						81.20	**73**
Pinturas del Bajío	Alkitex 2000						156.00	**72**
Comex	Pimex						83.57	**70**
Doal	S/R 1020						83.30	**69**

Esmalte base agua (*)

Marca	Línea	Blancura	Tiempo de secado	Rendimiento	Resistencia al uso	Durabilidad	Precio ($)	Evaluación global de calidad
Comex	Acqua 100						163.00	**80**

(*) Esmalte Base Agua Ecológico que presenta las siguientes características:
- -No despide olores desagradables que contaminen el ambiente.
- -Seca en 30 minutos entre una aplicación y otra.
- -No contiene plomo en los pigmentos.
- -Presenta un acabado satinado.
- -Se puede usar sobre un primario base agua, esmalte base solvente o sellador para muros.
- -Se puede aplicar con brocha, pistola de aire, rodillo o pinta pad.
- -Se diluye con agua limpia.
- -Sirve para proteger y decorar superficies de metal, muros, unicel, concreto, cemento y aluminio.

Excelente Bueno Regular Deficiente